



## **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

### **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

#### **PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **TÍTULO DEL PROYECTO**

#### **ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FLORERIA ARTIFICIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO**

#### **AUTORES:**

**PEREZ MONSERRATE JUAN CARLOS  
REYES ANGUISACA NILDA JOHANNA**

#### **ASESOR:**

**ING. COM. LUIS SOLIS GRANDA, MAE**

**MILAGRO, SEPTIEMBRE DEL 2010  
ECUADOR**

# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

## **UNIDAD ACADEMICA DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE LICENCIATURA EN GESTION EMPRESARIAL**

### **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal de Milagro.

#### **CERTIFICO:**

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Tema: “ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FLORERIA ARTIFICIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO” presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

#### **LICENCIADO EN GESTION EMPRESARIAL**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados:

PEREZ MONSERRATE JUAN CARLOS  
REYES ANGUISACA NILDA JOHANNA

C.I. 0924502891  
C.I. 0925571937

ASESOR

---

**ING. LUIS SOLIS GRANDA**

Milagro, septiembre del 2010

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Sobre este proyecto podemos decir con toda seguridad que no existe investigación del tema en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, ni en ninguna otra biblioteca de las Universidades de la ciudad de Milagro y Guayaquil.

Nosotros: Juan Carlos Pérez Monserrate y Nilda Johanna Reyes Anguisaca por medio de este documento, entregamos el proyecto; “Estudio de Viabilidad para la Creación de una Florería Artificial en la ciudad de Milagro”, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Luis Solís Granda, MAE.

---

JUAN PEREZ MONSERRATE  
C.I. 0924502891

---

NILDA REYES ANGUISACA  
C. I. 0925571937

## **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

### **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADO EN GESTION EMPRESARIAL, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	(    )
DEFENSA ORAL	(    )
TOTAL	(    )
EQUIVALENTE	(    )

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme brindado la oportunidad de culminar mi carrera, A mis padres por estar siempre a mi lado ayudándome en todo momento y por todo su apoyo incondicional

JUAN CARLOS PEREZ MONSERRATE

## **DEDICATORIA**

La mejor herencia que se puede recibir de nuestros seres queridos es la educación que con cariño y esfuerzo me brindaron para poder alcanzar mis más anhelados sueños, por todo este apoyo, con todo amor dedico el presente proyecto a Dios que me da la vida, a mi familia por brindarme su apoyo incondicional para hacer de mí una mujer útil a la sociedad.

NILDA JOHANNA REYES ANGUISACA

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por estar siempre junto a mí y por todo lo que ha hecho en mi vida.

A mis padres por toda su paciencia y por el amor que siempre me han brindado.

A todos los profesores que me ayudaron en toda mi vida estudiantil.

A todas las personas que nos brindaron su apoyo y colaboración.

JUAN CARLOS PEREZ MONSERRATE

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios ser supremo del universo, mi testimonio de gratitud por darme la vida, fuerza y sabiduría.

A mi padre, mi reconocimiento especial por inculcarme los mejores ejemplos de responsabilidad y lucha, a mi madre excelente amiga, guía y consejera quien con su ejemplo me ha enseñado que la perseverancia es la base del éxito.

De igual manera quiero dejar constancia de mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Estatal de Milagro, por su apoyo profesional.

Al Ing. Luis Solís Granda, asesor de mi proyecto, quien ha sido una guía y apoyo para el desarrollo de este trabajo.

Además agradezco a todas las personas que de una u otra forma colaboraron para culminar con éxito este proyecto.

NILDA JOHANNA REYES ANGUISACA



## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

**Rómulo Minchala Murillo**

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FLORERIA ARTIFICIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, septiembre del 2010

---

JUAN PEREZ MONSERRATE  
C.I. 0924502891

---

NILDA REYES ANGUISACA  
C. I. 0925571937

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO:</b>	<b>Pág.</b>
Carátula.....	i
Certificación de Aceptación del Tutor.....	ii
Declaración de Autoría de la Investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria 1.....	v
Dedicatoria 2.....	vi
Agradecimiento 1.....	vii
Agradecimiento 2.....	viii
Cesión de Derechos del autor a la UNEMI.....	ix
Índice General.....	x
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Figuras y Gráficos.....	xvi
Resumen del Proyecto.....	xviii
Abstract.....	xix
 INTRODUCCIÓN.....	 1
 <b>CAPITULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Problematicación.....	2
1.1.2. Delimitación del Problema.....	3
1.1.3. Planteamiento del Problema.....	4
1.1.4. Determinación del Tema.....	4
1.1.5. Sistematización del Problema.....	4
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo General.....	4
1.2.2. Objetivos Específicos.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.3.1. Justificación de la Investigación.....	5

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1. Antecedentes investigativos.....	7
2.2. Fundamentación filosófica.....	9
2.3. Fundamentación científica de variables.....	14
2.4. Fundamentación legal.....	25
2.5. Hipótesis, y/o preguntas de investigación.....	27

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Modalidad de la investigación.....	28
3.1.1. Diseño de la investigación.....	28
3.1.2. Modalidad de la investigación.....	28
3.2. Tipo de investigación.....	28
3.3. Población y muestra.....	29
3.4. Operacionalización de variables.....	29
3.5. Técnicas e instrumentos utilizados.....	30

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

4.1. Análisis de los resultados .....	31
4.1.1. Interpretación de Datos.....	31
4.2. Verificación de hipótesis o preguntas a defender.....	42

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

5.1. Información general.....	43
5.1.1. Antecedentes.....	43
5.1.2. Objetivos.....	44
5.1.3. Ubicación del Proyecto.....	44
5.2. La empresa.....	45
5.2.1. Misión, Visión y Objetivos de la Empresa.....	45

5.2.2. Marco Legal.....	47
5.2.3. Personal.....	51
5.2.4. Requerimientos de Personal.....	51
5.2.5. Organigrama.....	52
5.2.6. Descripción de Funciones.....	54
5.3. Análisis de mercado.....	58
5.3.1. Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	58
5.3.2. Análisis FODA.....	61
5.3.3. Segmentación del Mercado y Composición del Mercado.....	62
5.3.4. Marketing Mix.....	63
5.4. Especificaciones del proyecto.....	78
5.4.1. Localización y Tamaño.....	78
5.4.2. Distribución de Maquinarias y Equipos.....	80
5.4.3. Procedimiento.....	81
5.5. Situación financiera estimada.....	83
5.5.1. Inversión.....	83
5.5.2. Financiamiento.....	83
5.5.3. Préstamo.....	84
5.5.4. Presupuesto de Venta.....	85
5.6. Flujo de Caja.....	96
5.6.1. Análisis de Rentabilidad.....	97
5.6.2. Van - Tir.....	97
5.7. Conclusiones y recomendaciones.....	97
5.7.1. Conclusiones.....	97
5.7.2. Recomendaciones.....	99
Bibliografía.....	100
Lincografía.....	101
Anexos.....	102

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b>	
Hipótesis.....	27
<b>Cuadro 2.</b>	
Operacionalización de las Variables.....	29
<b>Cuadro 3.</b>	
Interpretación de datos.....	31
<b>Cuadro 3a.</b>	
Resultados Pregunta 1 de la Encuesta.....	32
<b>Cuadro 3b.</b>	
Resultados Pregunta 2 de la Encuesta.....	32
<b>Cuadro 3c.</b>	
Resultados Pregunta 3 de la Encuesta.....	33
<b>Cuadro 3d.</b>	
Resultados Pregunta 4 de la Encuesta.....	34
<b>Cuadro 3e.</b>	
Resultados Pregunta 5 de la Encuesta.....	35
<b>Cuadro 3f.</b>	
Resultados Pregunta 6 de la Encuesta.....	36
<b>Cuadro 3g.</b>	
Resultados Pregunta 7 de la Encuesta.....	36
<b>Cuadro 3h.</b>	
Resultados Pregunta 8 de la Encuesta.....	37
<b>Cuadro 3i.</b>	
Resultados Pregunta 9 de la Encuesta.....	38
<b>Cuadro 3j.</b>	
Resultados Pregunta 10 de la Encuesta.....	39
<b>Cuadro 3k.</b>	
Resultados Pregunta 11 de la Encuesta.....	40
<b>Cuadro 4.</b>	
Requerimiento de Personal.....	52
<b>Cuadro 5a.</b>	
Presentación de Flores.....	65

<b>Cuadro 5b.</b>	
Presentación de Flores.....	66
<b>Cuadro 5c.</b>	
Presentación de Flores.....	67
<b>Cuadro 5d.</b>	
Presentación de Flores.....	68
<b>Cuadro 5e.</b>	
Presentación de Flores.....	69
<b>Cuadro 5f.</b>	
Presentación de Flores.....	70
<b>Cuadro 6a.</b>	
Presentación de Arreglos Florales.....	71
<b>Cuadro 6b.</b>	
Presentación de Arreglos Florales.....	72
<b>Cuadro 7a.</b>	
Presentación de Pantas.....	74
<b>Cuadro 7b.</b>	
Presentación de Pantas.....	75
<b>Cuadro 7c.</b>	
Presentación de Pantas.....	76
<b>Cuadro 8.</b>	
Precio del Producto.....	78
<b>Cuadro 9.</b>	
Ubicación de la Empresa.....	79
<b>Cuadro 10.</b>	
Distribución de Maquinarias y Equipos.....	80
<b>Cuadro 11.</b>	
Depreciación de Activos Fijos.....	81
<b>Cuadro 12.</b>	
Procedimiento para la comercialización y distribución de flores y plantas.....	82
<b>Cuadro 13.</b>	
Inversión Inicial.....	83

<b>Cuadro 14.</b>	
Aportación de los accionistas.....	84
<b>Cuadro 15.</b>	
Financiamiento.....	84
<b>Cuadro 16.</b>	
Préstamo.....	85
<b>Cuadro 17.</b>	
Tabla de amortización.....	85
<b>Cuadro 18a.</b>	
Presupuesto de ventas año 1.....	86
<b>Cuadro 18b.</b>	
Presupuesto de ventas año 2.....	87
<b>Cuadro 18c.</b>	
Presupuesto de ventas año 3.....	88
<b>Cuadro 18d.</b>	
Presupuesto de ventas año 4.....	89
<b>Cuadro 18e.</b>	
Presupuesto de ventas año 5.....	90
<b>Cuadro 18f.</b>	
Presupuesto de ventas año 6.....	91
<b>Cuadro 18g.</b>	
Presupuesto de ventas año 7.....	92
<b>Cuadro 18h.</b>	
Presupuesto de ventas año 8.....	93
<b>Cuadro 18i.</b>	
Presupuesto de ventas año 9.....	94
<b>Cuadro 18j.</b>	
Presupuesto de ventas año 10.....	95
<b>Cuadro 19.</b>	
Flujo de Caja.....	96
<b>Cuadro 20.</b>	
Van y Tir.....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Origen de las flores.....	9
<b>Figura 2.</b> Angiospermas.....	10
<b>Figura 3.</b> Gimnospermas.....	10
<b>Figura 4.</b> Producto Flores.....	63
<b>Figura 5.</b> Producto Plantas.....	73
<b>Figura 6.</b> Publicidad.....	78

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico 1.</b> Interpretación de datos.....	31
<b>Grafico 1a.</b> Resultados Pregunta 1 de la Encuesta.....	32
<b>Grafico 1b.</b> Resultados Pregunta 2 de la Encuesta.....	33
<b>Grafico 1c.</b> Resultados Pregunta 3 de la Encuesta.....	33
<b>Grafico 1d.</b> Resultados Pregunta 4 de la Encuesta.....	34
<b>Grafico 1e.</b> Resultados Pregunta 5 de la Encuesta.....	35
<b>Grafico 1f.</b> Resultados Pregunta 6 de la Encuesta.....	36
<b>Grafico 1g.</b> Resultados Pregunta 7 de la Encuesta.....	37



<b>Grafico 1h.</b>	
Resultados Pregunta 8 de la Encuesta.....	38
<b>Grafico 1i.</b>	
Resultados Pregunta 9 de la Encuesta.....	39
<b>Grafico 1j.</b>	
Resultados Pregunta 10 de la Encuesta.....	40
<b>Grafico 1k.</b>	
Resultados Pregunta 11 de la Encuesta.....	41
<b>Grafico 2.</b>	
Organigrama Estructural.....	52
<b>Grafico 3.</b>	
Organigrama Funcional.....	53
<b>Grafico 4.</b>	
Análisis de Porter.....	58



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**TITULO DEL PROYECTO**  
ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FLORERIA ARTIFICIAL  
EN LA CIUDAD DE MILAGRO

**AUTORES:**  
PEREZ MONSERRATE JUAN CARLOS  
REYES ANGUISACA NILDA JOHANNA

**RESUMEN DEL PROYECTO**

En la actualidad vivimos en un mundo con mucha contaminación y como resultado de ello, nuestras plantas y flores son contaminadas y no tan solo eso, adquieren una serie de plagas e insectos los cuales las destruyen, no dejándoles tener su debido crecimiento, marchitándolas y perdiendo su esplendor, a todo esto se debe, que cada vez las personas pierdan el interés de tener en sus hogares plantas y flores, ya que esto les demanda de mucho tiempo y cuidado, como sabemos, la mayor parte de personas no tienen suficiente tiempo disponible, ya que tanto el hombre como la mujer trabajan, debido a la situación económica del país, a estos días modernos de prisa, a los horarios de trabajo, y a todas las cosas que hay que hacer siempre en casa, mantener el cuidado de plantas es algo imposible, ya que el tiempo no nos da para hacer esto, debido a esto surgió la necesidad de ofrecer plantas y flores artificiales las mismas que le serán de mucha ayuda, brindándoles lugares agradables, perfectos, perdurables, ahorrando tiempo y dinero.

Por medio de este trabajo de investigación daremos a conocer que con las experiencias adquiridas a lo largo de nuestra carrera universitaria y con el cumplimiento de los estudios de campo realizado, esta florería en la ciudad de Milagro tendrá una gran aceptación por la población, además porque no existen florerías dedicadas exclusivamente a comercializar flores y plantas artificiales en el entorno, por tanto la oportunidad de ingreso en este negocio es clara, oportuna y en constante crecimiento.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**TITULO DEL PROYECTO**  
ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FLORERIA ARTIFICIAL  
EN LA CIUDAD DE MILAGRO

**AUTORES:**  
PEREZ MONSERRATE JUAN CARLOS  
REYES ANGUISACA NILDA JOHANNA

**ABSTRACT**

Today we live in a world with a lot of pollution and as a result, our plants and flowers are contaminated and not just that, become a series of plagues and inept which are destroyed, not letting him have their proper growth, withering and wasting its glory, all this is that more people lose interest in their homes have plants and flowers, as this will demand much time and care, as we know, most people do not have sufficient time available, and that both men and women work because of the economic situation, these modern day fast, to work schedules, and all things that should always be done at home, keeping plant care is something impossible, because time does not give us to do this, because of all this came the need for artificial plants and flowers provide the same that will be helpful, providing lovely place, lasting, saving time and money.

Through this research we will present you with the lessons learned throughout our college career and the compliance of field studies carried out, this flower shop in the town of Milagro will have a great acceptance by the population, also because no flower shop devoted exclusively to commercialize artificial flowers and plants in the environment, so the income opportunity in this business is clear, timely and consistent growth.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el crecimiento de las empresas, ha generado nuevas oportunidades de vida, tecnología avanzada y desarrollo humano, esto es positivo para la sociedad, pero esto también ha ocasionado que se incremente la contaminación en el mundo debido a los desechos tóxicos de las empresas e industrias a tal punto que son las causantes de que las plantas y flores sean contaminadas y cada vez se pierdan muchas de ellas.

Por eso pensando en usted hemos traído una nueva tendencia para la decoración como lo son las plantas y flores artificiales, como sabemos vivimos en un mundo moderno, de prisa en el que el tiempo no nos da para cuidar flores y peor aun para tener un jardín resplandeciente.

Pero con esta modalidad de flores y plantas usted no tendrá que preocuparse en que las tiene que regar, cuidar de las plagas, ponerle los abonos correspondientes ya que estas no necesitan de nada de esto.

Anteriormente cuando se hablaba de flores y plantas artificiales estábamos frente a algo vulgar de poca clase que las personas de buen gusto rechazaban, pero eso quedo atrás con las nuevas modalidades de este producto artificial se ha venido revolucionando el mercado de artículos para la decoración.

Con este producto artificial todo es más fácil ya que no necesitan dedicarles mucho tiempo. Hoy en día cualquiera de nosotros puede ver en el supermercado, en un restaurante o sobre una tumba, e incluso en las iglesias, flores artificiales. Estas flores son fabricadas tan delicadamente que a veces podemos confundirlas con las reales; ya que son prácticas, no necesitan sol ni agua, son eternas y por largo tiempo una alegría para los ojos.

Nuestra meta es captar el mercado milagreño y con el paso del tiempo poder distribuir nuestro producto a las diferentes provincias y ciudades del país.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento del Problema**

##### **1.1.1 Problematicación: Origen y descripción del problema**

En la actualidad vivimos en un mundo con mucha contaminación debido a la eliminación de residuos tóxicos o ya sea por el crecimiento de las industrias o fábricas, esto hace que las plantas y flores sean contaminados, hoy en día además de esto, adquieren una serie de plagas, las cuales no le dejan tener su debido crecimiento y producción, marchitándolas, perdiendo su esplendor.

Esto ha ocasionado que las personas pierdan el interés de tener en sus hogares plantas y flores naturales, ya que les demanda de mucho tiempo y dedicación, debido a estos días modernos de prisa, a los horarios de trabajo que tenemos y todas las cosas que hay que hacer siempre en casa, mantener plantas con el cuidado necesario de regarlas una por una, ponerles el abono correspondiente, tener un control con las plagas o insectos además cuidar que las flores no se marchiten y por lo menos puedan durar un par de días, debemos ser realistas, muchas veces el tiempo no nos da para hacer todo esto.

El cuidar flores y plantas requiere de paciencia y control, si no se tiene el cuidado necesario las flores naturales puede causar en algunas personas asma y alergia debido al polen que contienen también debemos tener cuidado con las plantas ya que estas expulsan por la noche monóxidos de carbono, cuya fórmula química es altamente tóxica, que puede causar la muerte cuando se respira en niveles

elevados, por eso no es recomendable tener una planta natural en una habitación o dentro de una casa.

Cuando no se tiene la debida precaución y cuidado, las plantas, flores naturales pueden ser perjudiciales para la salud de las personas, por lo cual hemos tomado en cuenta dichos aspectos para que las personas no tengan riesgo con su salud, ahorren tiempo y dinero, entre los múltiples beneficios que las plantas y flores artificiales ofrecen, además de no requerir de riego o fertilizantes, están los que poseen el tamaño y densidad justo que necesitamos, una planta artificial dura como mínimo unos 5 años en perfecto estado de conservación a diferencia de las naturales que si no las riegas se mueren o pierden su belleza natural. Ahora con la modalidad de estas plantas artificiales no existe ese problema, se pueden crear frescos ambientes que perduren todo el tiempo. Así como cada día sale al mercado una tecnología nueva, de la misma manera salen novedades para la decoración.

### 1.1.2 Delimitación del Problema

- **Objeto:** Dar a conocer una florería exclusivamente artificial a la comunidad milagreña, con una excelente atención al cliente, en el cual podrán adquirir plantas y flores artificiales, proporcionándoles ambientes agradables que perduren, sin necesidad de mucho tiempo y cuidado.
- **Tiempo:** La investigación que estamos realizando, es a través de información y datos tomados del año 2004 hasta la actualidad.
- **Universo:** La ciudad de Milagro en la actualidad tiene un promedio de 200.000 habitantes aproximadamente, del cual se va a tomar solo una parte de la población de personas entre 18 y 50 años para realizar las encuestas.
- **Espacio:**
  - País: Ecuador
  - Región: Costa
  - Ciudad: Milagro
  - Sector: Comercial
- **Tema:** Estudio de viabilidad para la creación de una Florería Artificial en Milagro.

### **1.1.3 Planteamiento del Problema**

¿De qué manera incide la creación de una florería artificial en la población milagreña?

### **1.1.4 Determinación del tema**

Estudio de viabilidad para la creación de una Florería Artificial en la ciudad de Milagro.

### **1.1.5 Sistematización del Problema**

- ¿Al crear una nueva florería en la ciudad de Milagro, que acogida tendría?
- ¿En qué beneficiara la comercialización de plantas y flores artificiales en la ciudad de Milagro?
- ¿En qué forma ayudaría la creación de una florería artificial?
- ¿Las flores y plantas artificiales pueden afectar el medio ambiente?
- ¿El que éste producto ofrezca múltiples beneficios generará fidelidad en el consumidor?

## **1.2. Objetivo**

### **1.2.1 Objetivo General**

Identificar el nivel de aceptación que tendrá la creación de una florería artificial en la población milagreña.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la acogida de los futuros consumidores.
- Brindar un producto seguro para el uso interno, ya que no requieren de mucho cuidado como las naturales.
- Generar plazas de trabajo.
- Brindar un producto confiable, el cual no afecta el medio ambiente porque no contienen sustancias químicas tóxicas.
- Identificar las necesidades del consumidor.

### **1.3. Justificación**

#### **1.3.1 Justificación de la investigación**

La investigación de este proyecto se basa en teorías y temas referentes a la comercialización y distribución de plantas y flores artificiales, el comportamiento del consumidor, y la competencia que existe referente a este producto en el mercado.

Contamos con métodos de investigación, como deductivo y estadístico, el instrumento de investigación a utilizarse es la encuesta, para saber que acogida tendremos en el mercado.

Anteriormente, cuando se hablaba de flores y plantas sintéticas o artificiales, términos más modernos, estábamos frente a algo vulgar, de poca clase, que las personas de buen gusto rechazaban. Sin embargo, eso ha quedado atrás, pues los grandes fabricantes de accesorios y artículos para la decoración han incluido en su carpeta esta tendencia, que viene a resolver un gran problema.

Como sabrán, antes no era posible decorar los hogares con flores y plantas naturales sin que eso implicara dedicar un gran tiempo a regarlas y cuidarlas, ya que ahora con la modalidad de este producto artificial, no existe ese problema, porque se pueden crear ambientes que perduren todo el tiempo, y al observarlas ni siquiera se darán cuenta que son artificiales, debido a que la tecnología a avanzado han llegado a obtener cada vez una apariencia natural, real con colores vivos y al gusto de las personas.

Este producto ha sido realizado pensando en la necesidad de las personas de hoy, ya que en la actualidad no tenemos suficiente tiempo disponible, debido a que tanto el hombre como la mujer trabajan y no cuentan con el tiempo necesario para tener un jardín resplandeciente en sus hogares, debido a esto hemos decidido brindar para ellos plantas y flores artificiales las mismas que le serán de mucha ayuda, brindándoles lugares agradables, perfectos, ahorrando tiempo y dinero.



Gracias a las plantas y flores artificiales, nuestros jardines podrán permanecer igual de bellos y cuidados que el primer día ya que se elimina por completo la necesidad de realizar el control de riego y fertilizantes.

Su carácter ecológico hace de ellos un producto de enormes potencialidades que ha sido creado pensando en usted y el entorno.

Con este producto artificial, las zonas verdes tanto privadas como públicas, las piscinas, áreas residenciales, disfrutarán de esos espacios de esparcimiento y recreo que tanta personalidad confieren a nuestras ciudades.

Este producto artificiales no sólo se destacan por su espíritu de respeto al medio ambiente, sino también por su apariencia real tanto en el color como en su textura.

El gasto económico unido a las grandes dosis de esfuerzo y paciencia en su cuidado, hacen que cada vez más personas se alleguen a la opción de plantas y flores artificiales.

En épocas de sequía, este producto artificial será la mejor alternativa para cualquier jardín, no importa la época en la que nos encontremos, su aspecto siempre será perfecto, sin olvidar que ya no requiere de una plena dedicación para mantener su esplendor.

De hecho, con este producto artificial usted pondrá fin al uso de insecticidas y a la aparición de malas hierbas y plagas que tanto afean. Ya no será una preocupación que sus hijos jueguen en el jardín, porque estas plantas y flores artificiales impiden el encuentro con incómodos insectos los cuales pueden propagar en los niños alergias no deseadas.

Además usted podrá disfrutar tanto en verano como en invierno de un jardín o terraza siempre perfecta.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes Investigativos**

##### **La Flor <sup>1</sup>**

La flor es la estructura reproductiva características de las plantas llamadas espermatofitas o fanerógamas. La función de una flor es producir semillas a través de la reproducción sexual. Para las plantas, las semillas son la próxima generación, y sirven como el principal medio a través del cual las especies se perpetúan y se propagan.

Todas las espermatofitas poseen flores que producirán semillas, pero la organización interna de la flor es muy diferente en los dos principales grupos de espermatofitas: gimnospermas vivientes y angiospermas.

Las gimnospermas pueden poseer flores que se reúnen en estróbilos, o la misma flor puede ser un estróbilo de hojas fértiles. En cambio una flor típica de angiosperma está compuesta por cuatro tipos de hojas modificadas, tanto estructural como fisiológicamente, para producir y proteger los gametos: sépalos, pétalos, estambres y carpelos.

La flor da origen, tras la fertilización y por transformación de algunas de sus partes, a un fruto que contiene las semillas. El grupo de las angiospermas, con más de 250.000 especies, es un linaje evolutivamente exitoso que conforma la mayor parte de la flora terrestre existente. La flor es el carácter definitorio del grupo y es, probablemente, un factor clave en su éxito evolutivo.

Es una estructura compleja, cuyo plan organizacional está conservado en casi todos los miembros del grupo, si bien presenta una tremenda diversidad en la morfología y fisiología de todas y cada una de las piezas que la componen. La base genética y adaptativa de tal diversidad está comenzando a comprenderse en profundidad, así como, también, su origen, que data del Cretácico inferior, y su posterior evolución en estrecha interrelación con los animales que se encargan de transportar los gametos.

Con independencia de los aspectos señalados, la flor es un objeto importante para los seres humanos. A través de la historia y de las diferentes culturas, la flor siempre ha tenido un lugar en las sociedades humanas, ya sea por su belleza intrínseca o por su simbolismo. De hecho, cultivamos especies para que nos provean flores desde hace más de 5.000 años y, actualmente, ese arte se ha transformado en una industria en continua expansión: la floricultura.

### **Definición <sup>2</sup>**

La flor es un corto tallo de crecimiento determinado que lleva hojas modificadas estructural y funcionalmente para realizar las funciones de producción de gametos y de protección de los mismos, denominadas antófilos.

El tallo se caracteriza por un crecimiento indeterminado. En contraste, la flor muestra un crecimiento determinado, ya que su meristema apical cesa de dividirse mitóticamente después que ha producido todos los antófilos o piezas florales. Las flores más especializadas tienen un período de crecimiento más breve y producen un eje más corto y un número más definido de piezas florales que las flores más primitivas.

La disposición de los antófilos sobre el eje, la presencia o ausencia de una o más piezas florales, el tamaño, la pigmentación y la disposición relativa de las mismas son responsables de la existencia de una gran variedad de tipos de flores. Tal diversidad es particularmente importante en estudios filogenéticos y taxonómicos de las angiospermas.

La interpretación evolutiva de los diferentes tipos de flores tiene en cuenta los aspectos de la adaptación de la estructura floral, particularmente aquellos

relacionados con la polinización, dispersión del fruto y de la semilla y de la protección contra los predadores de las estructuras reproductivas.

## 2.2. Fundamentación Filosófica

### El origen de las flores, a un paso de comprenderlo <sup>3</sup>

La aparición de las flores, hace unos 130 millones de años es un misterio para la ciencia. Incluso el mismo **Charles Darwin** se refirió a los orígenes de la floración como un “misterio abominable”.

Pero en un nuevo estudio de científicos de la Universidad de Florida, Estados Unidos, arrojan luz sobre el origen de las flores al descubrir cómo lucían las primeras flores y cómo evolucionaron a partir de las plantas sin flores.



**Figura 1.** Origen de las flores

Cabe aclarar que las **flores** son una estructura reproductiva de las plantas conocidas como **espermatofitas**, y su función es la de producir semillas a través de la reproducción sexual, que luego producirán nuevas plantas.

“No había nada como ellas antes ni tampoco desde su aparición”, dice Andre Chanderbali, autor principal del estudio publicado en *Proceedings of the National Academy of Sciences*. “El origen de las flores es clave para el origen de las **angiospermas** (plantas con flores)”.

Los científicos lo que buscaban era comprender el programa regulador original, o el set de interruptores genéticos, que produjeron la primera flor en el ancestro común de todas las plantas con flores, dijo Pam Soltis, quien también participó del estudio.

Comprender esto no sólo aportaría un dato clave para el origen de las flores, sino que ayudaría a la agricultura en el control de enfermedades vegetales.

La flor es una de las innovaciones clave de la evolución de las plantas, responsable de un estallido de vida y evolución que resultó en las 400 mil especies de angiospermas que existen hoy en día.

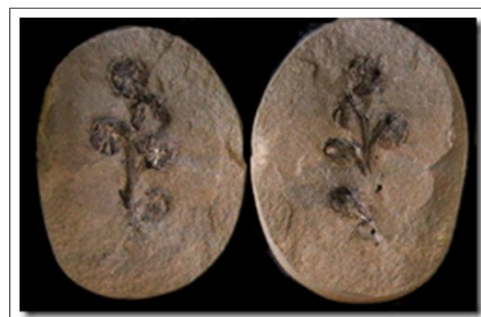


**Figura 2.**

Angiosperma

Antes de que aparecieran las flores, las plantas con semillas que dominaban el mundo eran las ***gimnospermas***. Estas tienen estructuras de tipo cónicas (piñas) en vez de flores. Entre este tipo de vegetales están los pinos, las palmeras y los ginkgos. Las ***gimnospermas*** aparecieron hace unos 360 millones de años.

Lo que descubrieron los científicos en este nuevo estudio es cómo evolucionaron las primeras plantas con flores a partir de un “programa” genético pre existente en las gimnospermas.



**Figura 3.** Gimnospermas

Para ello compararon la estructura genética de dos plantas con flores diferentes para ver qué diferencias existían en el juego de circuitos para crear cada flor.

Tomaron entonces a la ***Arabidopsis thaliana*** y al **Aguacate** que pertenece a un linaje primitivo de **angiospermas**.

<sup>1</sup> Tomado de la página Wikipedia, la enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Flor>

<sup>2</sup> Tomado de la página Wikipedia, la enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Flor>

<sup>3</sup> Tomado de la página <http://www.Fanaticus saurus> El origen de las flores.

Lo que descubrimos, dicen los autores, fue que el aguacate es un **fósil** genético, que todavía conserva instrucciones que podrían transformar los conos de las *gimnospermas* en flores.

Las angiospermas más evolucionadas, tienen cuatro tipos de órganos: sépalos (verdes), pétalos (de color), estambres y carpelos. Pero las angiospermas basales, como el aguacate, tienen tres: carpelos, estambres y tépalos, que son parecidos a los pétalos.

En las gimnospermas, como por ejemplo los pinos, los árboles producen conos que o son machos o hembras, en cambio las flores de las angiospermas contienen ambas partes masculina y femenina.

Pero en cuestión genética, un cono tiene casi todo lo que una flor tiene, han descubierto los científicos. Entonces se debe haber requerido poco de parte de la selección natural para potenciar la evolución de las flores.

#### **Respuestas socio-emocionales a las flores. <sup>4</sup>**

En la actualidad, se espera que las flores transmitan simpatía, contrición o culpa, romance o acercamiento sexual y celebración, desde orgullo hasta alegría. Las flores también se utilizan para expresar sentimientos religiosos y en algunas religiones se considera una ruta directa a la comunicación espiritual. Además, por supuesto, muchas flores se utilizan para adorno personal, tanto los pimpollos en sí mismos como sus esencias bajo la forma de perfumes.

De hecho, la gran mayoría de las fragancias comerciales para uso personal tienen una nota floral. Independientemente de algunos usos básicos, tales como las flores de uso culinario o las de uso medicinal, la mayoría de las especies que el ser humano cultiva por sus flores no tienen otro propósito más que el emocional. Un uso que, para poner un ejemplo, supone un mercado de casi 5.000.000.000 de dólares en Estados Unidos de América en el año 2001.

Si bien desde un análisis superficial se puede argüir que las flores son deseables para los humanos debido a asociaciones aprendidas con eventos sociales, la

universalidad del uso de las flores a través de distintas culturas, etapas históricas y la ausencia de un sustituto adecuado para los muchos usos que hacemos de ellas, sugiere que debe existir algo más que esta simple asociación.

De hecho, por más de 5.000 años los seres humanos hemos cultivado flores a pesar de que no existe una recompensa conocida para este comportamiento costoso desde el punto de vista del trabajo y la energía que supone realizarlo. En tres estudios diferentes se ha demostrado que las flores son un poderoso inductor de emociones positivas en nuestra especie.

En el primer estudio, las flores siempre suscitaban la sonrisa de Duchenne inmediatamente después de obsequiárselas a mujeres, quienes informaron que habían tenido mejor humor desde ese momento hasta tres días más tarde, cuando fueron encuestadas.

En un segundo estudio, una flor entregada a mujeres o varones en un ascensor produjo una conducta social más positiva que otros estímulos. En un tercer estudio, las flores entregadas a personas de más de 55 años suscitaron un humor más positivo y una mejora en la memoria.

Las flores tuvieron un efecto inmediato y a largo plazo sobre las reacciones emocionales, humor, conducta social, e incluso la memoria, tanto en mujeres como en varones. De hecho, se ha formulado la hipótesis de que las flores pueden influenciar o iniciar el comportamiento socio-emocional de los seres humanos ya que estarían adaptadas a un nicho emocional en nuestra especie.

### **El lenguaje de las flores <sup>5</sup>**

Desde mucho tiempo atrás, las flores han sido un noble medio para dar a conocer y transmitir sentimientos. El lenguaje de las flores comenzó en Constantinopla en el año 1600 y se introdujo en la cultura occidental en el año 1716, cuando María Wortley Montagu, que había vivido un tiempo en Turquía con su marido, llevó este lenguaje a Inglaterra. No tardó mucho en despertarse el interés por el significado de las flores, y rápidamente esta pasión se propagó a Francia.

La verdadera época de esplendor del lenguaje de las flores fue el Romanticismo, cuando se utilizaban para que los amantes se comunicaran. La capacidad de hablar de las flores a través de sus formas, colores y aromas, era un secreto que las madres legaban a sus hijas y un medio para comunicar numerosos sentimientos: vida, belleza, desánimo, muerte, soledad, pero sobre todo amor.

Teniendo en consideración estas raíces históricas, existe un lenguaje popular asociado a las flores y una alternativa para cada ocasión, pero además ese mensaje se completa no sólo con la flor que se obsequie sino además en la forma en que ésta se presente; es así que si regalas un ramo de flores atadas con un lazo hacia la izquierda, significa que los sentimientos expresados se refieren al remitente, en cambio si va a la derecha, hacen referencia al destinatario.

Además, el mensaje cambia en función de si la flor está abierta o en botón y la posición en que se ofrece, ya que si esta al revés, su significado positivo se invierte, de modo que la flor ahora representa lo contrario. Debido a que las flores expresan diferentes sentimientos, no se pueden regalar a la ligera, por lo que hay que considerar tres aspectos al momento de obsequiarlas:

- a) Lo que representa cada una.
- b) Qué es lo que se quiere comunicar.
- c)Cuál es la flor preferida de la persona a la que se le va a regalar.

### **Las flores y el significado del color.**

En el lenguaje de las flores, cada color tiene su significado, de los cuales tenemos los siguientes colores: rojo vivo, rosa, azul, verde, amarillo y violeta, que significan:

- ✓ El **rojo vivo** habla de pasión.
- ✓ El **rosa**, de amor tranquilo.
- ✓ El **azul** es signo de ternura.
- ✓ El **verde** habla siempre de una esperanza próxima.
- ✓ El **amarillo** significa felicidad.
- ✓ El **violeta** puede hablar también de nostalgia y lejanía.

---

<sup>4</sup> Tomado de la página Wikipedia, la enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Flor>

<sup>5</sup> Tomado de la página [http://www. Infojardin.com](http://www.Infojardin.com)



## **Entre lo natural y lo artificial <sup>6</sup>**

Lo artificial implica la participación del hombre en el proceso de producción, opuesto a lo natural que significa que se produce por las solas fuerzas de la naturaleza. En la agricultura organizada siempre aparece la mano del hombre complementando los procesos de reproducción y crecimiento de la naturaleza, pretendiendo limitar u orientar la acción del hombre para beneficio y aceptación del total de elementos que intervienen en la agricultura.

### **2.3. Fundamentación científica de variables**

#### **Las flores artificiales y sus primeros fabricantes <sup>7</sup>**

Los fabricantes más tempranos de flores artificiales eran los chinos. Los italianos siguieron el juego en el siglo XII. Pero los franceses se levantaron como expertos en este arte, dando la competición sostenida a sus contrapartes italianas.

Las flores artificiales se pueden hacer de materiales como:

- ✓ Tela
- ✓ Papel
- ✓ Arcilla
- ✓ Jabón.

Las telas comunes usadas con este fin incluyen la seda, el rayón, el algodón, la muselina, y la crepe. Las flores artificiales hechas de la arcilla pueden ser muy creativas, las flores hechas de barras del jabón son muy interesantes de hacer. El proceso se asemeja a las tallas de piedra hechas con el martillo y el cincel. Las formas más populares de flores artificiales incluyen lirios color de rosa, claveles y orquídeas.

Hay muchas ventajas de las flores artificiales sobre sus contrapartes verdaderas:

- ✓ Las flores verdaderas tienen una vida limitada.
- ✓ Las artificiales sobreviven por siempre.
- ✓ Las flores artificiales son inafectadas por los cambios del tiempo.
- ✓ Los vástagos de las flores artificiales no necesitan de cortar en talla antes de ponerlos en un florero.
- ✓ De hecho no hay necesidad de colocarlos en un florero en conjunto.

<sup>6</sup> Tomado de la página [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=565003](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=565003)

<sup>7</sup> Tomado de la página <http://www.discoveryarticles.com/es/searchPage=2&Query=artificial-flowers>

Las flores artificiales no necesariamente deben ser copiadas a las verdaderas, el diseño y la dimensión de una variable dependen de la imaginación del artista. Esto aumenta el rango de la opción del cliente.

Mucha gente es alérgica al polen, el cual es llevado en las flores verdaderas. Cualquier proximidad a ellas puede causar alergia y estornudos serios, a veces incluso llevarlo a la asfixia. No existe ese problema con las flores artificiales.

### **Todo sobre las flores de seda<sup>8</sup>**

Se cree que las flores de seda fueron las primeras en realizarse por haber sido hechas por los chinos. Habían perfeccionado su habilidad en la fabricación de las flores artificiales.

Sobre los diseños superiores, los colores brillantes, y los arreglos elaborados de las flores hechas de la seda, del terciopelo, del satén, de la muselina y de la crepe eran muy populares. En Nueva York, los Parisian Flower Company, suministraron las flores artificiales a los sombrereros, haciéndolas costuras nupciales y para la decoración doméstica también.

Las flores de seda se hacen generalmente de la seda, del algodón y del rayón. Los calibradores de alambre se cubren con el papel durable para consolidar el vástago y la tela usada para los pétalos es cortada en la dimensión de una variable deseada por la tecnología láser. Esta tecnología se automatiza y corta completamente la tela según el diseño alimentado en el sistema, tomando el cuidado de bordes desordenados y terminando el proceso en mucho menos tiempo. Por lo tanto, es muy económico para los artistas.

Después de cortar los pétalos, cada uno de ellos se pinta a mano o se tiñe con el diseño deseado. Para alcanzar la dimensión de una variable requerida de los pétalos y de las hojas las salidas del corte se tratan al calor intenso en moldes y después se pegan juntas en el vástago. La conexión de los pétalos y de las hojas al vástago se puede también hacer con la ayuda de altas cadenas finas de la tenacidad.

El proceso de fabricación es bio cómodo. Todos los colores usados para teñir son naturales y los subproductos están pocos en cantidad. Permastem y Permasilk son flor artificial avanzada que hace las tecnologías donde los pétalos y las hojas son asociadas al vástago del alambre por la fusión. La textura de pétalos también se mejora de este modo.

La demanda para las flores de seda proviene básicamente su durabilidad, molestia bajo del mantenimiento, amplia gama de colores y diseños y arreglos flexibles. La mayoría de las compañías de fabricación de seda de la flor siguen el último interior que diseñan y las tendencias estacionales de satisfacer demanda del consumidor. Aunque muchas flores artificiales patronizadas en el pasado, puesto que el concepto de flores falsas no resolvió mucha de una aprobación, la conveniencia del producto hayan cogido lentamente la atención de los compradores.

Las flores de seda se pueden hacer para imitar las flores naturales como color de rosa, lirio, orquídeas y claveles, así como cualquier diseño imaginativo con el cual el artista suba. Pueden ser lavadas de vez en cuando, y no hay necesidad de cortar los vástagos para clasificar antes de colocarlos en un florero. Y nunca se marchitan, a diferencia de las flores verdaderas.

### **Flores artificiales ¿de qué están hechas? <sup>9</sup>**

Las flores artificiales están hechas de papel, tela, cerámica, plástico planchado o foamy, aunque en la actualidad es más común que se fabriquen en tela por ser de mayor durabilidad. Cumplen la función de reemplazar a las flores naturales en sitios donde es difícil mantener a estas últimas en buen estado de conservación. También se las utiliza por razones prácticas y de comodidad.

#### **➤ Objeto de adorno, para la decoración**

Las mismas se constituyen en un delicado objeto de adorno, y se las utiliza mucho en oficinas, comercios, casas particulares, etc.

A medida que ha avanzado el tiempo, sus fabricantes las han perfeccionado a tal extremo que muchas veces son casi similares a las naturales.

---

<sup>8</sup> Tomado de la página <http://www.discoveryarticles.com/es/articles/184156/1/Why-Have-Silk-Flowers>

<sup>9</sup> Tomado de la página [http://es.wikipedia.org/wiki/Flores\\_artificiales](http://es.wikipedia.org/wiki/Flores_artificiales)

### ➤ **Novedades en su presentación**

Las hay perfumadas, musicales, artificialmente húmedas, también las hay hechas en material plástico (aunque esta variante es la menos desarrollada), etc. Además se fabrican en forma de unidad individual, o bien en ramilletes asentados sobre una base que asemeja a una maceta o macetero.

### ➤ **Principales fabricantes**

Los países orientales son los principales fabricantes de estas flores, y han desarrollado una industria, que por poco importante que parezca, genera un voluminoso ingreso de divisas en concepto de exportaciones. China y Japón estarían entre los países que más las producen y las lanzan al mercado mundial.

### ➤ **Ventajas**

No necesitan agua, no se pudren, no despiden olores desagradables, no les afecta la luz o el calor como a las flores naturales, son más económicas a largo plazo, etc. Adicionalmente son seguras para uso interno ya que no requieren control de plagas o insectos.

### **Tendencias en el mercado <sup>10</sup>**

Contrario a lo que sucedía anteriormente cuando las personas que utilizaban flores sintéticas para decorar sus espacios se les consideraba “de poca clase”, ahora es una tendencia a los más altos niveles, especialmente para ambientar apartamentos cerrados en los que entra poca luz, y casas de playa o lugares de veraneo. Indica que una de las ventajas es que no es fácil darse cuenta de que son artificiales, porque los fabricantes actuales han tratado de llevarlas casi a la igualdad con las naturales, lo que no sucedía antes cuando desde lejos se percibía el plástico.

### **Ventajas de las planta y flores Artificiales**

Es un PRODUCTO PERENNE. Una planta artificial dura como mínimo unos 5 años en perfecto estado de conservación, siempre procurando tener la lógica atenta. Es ideal para sitios de trabajo, donde ¿Quién se ocupa de su trabajo y además de regar y cuidar las plantas? Por ejemplo, no vayamos a poner unas rosas de color rojo intenso al lado de un ventanal que recibe sol durante toda la mañana. Tendremos

que poner colores que el sol no vaya a comerse al cabo de los meses, colores como ocre, cremas, blancos, amarillos, rosa palo.

Es un ELEMENTO DE DECORACIÓN que permite a su vez poner de relieve otros productos. Si queremos llamar la atención de nuestros invitados sobre un mueble o un rincón concreto, podemos poner un centro de flor (acorde siempre con nuestra decoración) o una planta, encima, cerca o en el rincón a realzar. Para recalcar una entrada o salida de unas oficinas, restaurantes, stands, centros comerciales.

Las Plantas Artificiales escapan al fenómeno "subida y bajada" de precios por temporadas. Las flores y plantas Naturales, normalmente tienen unos precios astronómicos, que no todo el mundo puede permitirse. Suben los precios en las épocas de "Regalo tradicional: Flores o Plantas", como San Valentín, Día de la Madre y no un poquito, se nota bien en el bolsillo.

### **Árboles artificiales y sus ventajas para el medio ambiente <sup>11</sup>**

Las plantas artificiales generalmente no tienen ninguna ventaja para el medio ambiente, especialmente cuando están hechas de plásticos que apenas sirven para decorar oficinas o salas de espera. Pero un nuevo árbol sintético que está en desarrollo pudiera ser mejor para el ambiente que uno natural.

Los arboles vivientes son uno de los mejores capturadores de carbono de la naturaleza; plantarlos puede ayudar a contraatacar las emisiones de carbono que provienen desde autos hasta aviones, desafortunadamente sólo son una pequeña solución a este grave problema. Pero la versión artificial creada por el profesor Klaus Lackner de la Universidad de Columbia ha estado atrapando carbono 1,000 veces más rápido que los árboles naturales, y según el creador lo hace no sólo más rápido sino que también lo hace mejor que los molinos de viento. Puedes remover hasta 90,000 toneladas de carbono cada año incluso sin luz solar.

Inspirado en un proyecto que su hija presentó para una clase de ciencia en la escuela, el profesor en geofísica Klaus Lackner diseñó un árbol sintético que tiene la

capacidad al igual que las hojas de los árboles reales, de absorber dióxido de carbono ( $\text{CO}_2$ ) de la atmósfera.

De acuerdo a la teoría de Lackner, el dióxido de carbono extraído mediante estos árboles artificiales podría ser almacenado bajo tierra de manera segura y permanente.

Según el experto, este método podría ser una alternativa, una forma de ganar tiempo, hasta que los científicos puedan crear fuentes de energía que no utilicen carbono.

### **¿Cómo funciona?**

- Cuando Claire la hija de Lackner comenzó a trabajar en una tarea para el taller de ciencia de su escuela, descubrió que podía extraer el dióxido de carbono del aire al hacerlo pasar a través de una solución de hidróxido de sodio.
- De la noche a la mañana, Claire logró recolectar la mitad de ( $\text{CO}_2$ ) del aire que había pasado por esta solución.
- Cuando el ( $\text{CO}_2$ ) entra en contacto con el hidróxido de sodio se absorbe y produce una solución líquida de carbonato de sodio.
- Esta solución líquida es la que Lackner cree que se puede recuperar y transformar más tarde en un gas, para ser almacenado en el fondo marino.

Cada uno de estos árboles tiene un costo de producción cercano al de un auto nuevo, pero genera solo 200kg de dióxido de carbono por cada 1,000kg que atrapa, y el carbono recolectado puede ser licuado y utilizado como combustible.

Un bosque de árboles artificiales no sería tan bonito como un bosque natural, pero los beneficios para remover nuestra huella ecológica serían mayores.

---

<sup>10</sup> Tomado de la página <http://www.simplementeverde.com>

<sup>11</sup> Tomado de la página <http://www.seas.columbia.edu/earth/lacknerCV.html>

## **Ganando tiempo**

- Según Lackner la solución al menos temporal al problema del cambio climático es plantar miles de árboles artificiales.
- El científico estima que cada uno de ellos podría llegar a extraer unas 90.000 toneladas de dióxido de carbono al año, el equivalente a las emisiones de aproximadamente 20.000 automóviles.
- Utilizando la tecnología disponible para la perforación de pozos petroleros, se podría crear un depósito en la profundidad del lecho marino para almacenar el (CO<sup>2</sup>) extraído gracias a estos árboles.
- A esa profundidad y temperatura, el dióxido de carbono es más denso que el agua, por esta razón, "no podría elevarse del piso oceánico", señala Lackner.
- Pese a lo novedoso de esta aproximación, la comunidad científica no la ha recibido con gran entusiasmo.

## **Árbol artificial que emplea beneficios <sup>12</sup>**

El primer árbol artificial viable en el mundo se instaló en Lima para purificar el aire de esta contaminada ciudad, confirmaron hoy fuentes de la empresa ecológica creadora del depurador, que pretende instalar en Perú unos 400 aparatos de este tipo en los próximos cuatro años.

Se trata del purificador de aire urbano PAU-20, una especie de árbol metálico que a pesar de carecer de ramas, tronco y hojas es capaz de imitar artificialmente la fotosíntesis y convertir las partículas de dióxido de carbono en oxígeno.

El ingeniero Fernando Eguren, uno de los creadores del purificador que empezó a operar desde ayer en Lima, dijo hoy a Efe que previamente a la creación del PAU-20 se desarrollaron otros dos proyectos similares en Chile y México, pero resultaron inviables porque los costes eran demasiado altos.

"Las máquinas desarrolladas en México o Chile proponían un consumo de entre 48 y 68 kilovatios por hora y un mantenimiento continuo, mientras que nosotros apenas utilizamos 2,5 kilovatios (el equivalente a 25 bombillas de 100 vatios) y alrededor de 60 litros de agua cada cinco horas", puntualizó Jorge Gutiérrez, otro de los fabricantes del también denominado "Súper árbol".

Esta gigantesca máquina de más de cuatro metros de altura recoge el aire contaminado para liberarlo del polvo, gérmenes y bacterias, y reducir los gases procedentes de los motores de los automóviles, según explicaciones de los creadores del PAU-20.

Así, los habitantes de Lima, que de acuerdo con un estudio del Banco Mundial hecho público en 2008 es una de las ciudades más contaminadas de Latinoamérica, podrán disfrutar de los 200.000 metros cúbicos de aire limpio que el esperado purificador emite cada día. De hecho, este árbol-robot fue creado por la empresa peruana especializada en desarrollos ambientales Tierra Nuestra para ubicarlo específicamente en la capital peruana con el fin de reducir los altos niveles de contaminación que presenta la ciudad.

El ingeniero Eguren destacó que el proceso realizado por el PAU-20 supone un costo de 20 soles (seis dólares) al día, pero añadió que este gasto no va a ser asumido por los ciudadanos, sino por las empresas que deseen colaborar en esta iniciativa con un aporte económico y que ya han confirmado su participación.

Además, los responsables del proyecto tienen como próximo objetivo instalar cien purificadores en las zonas de Lima y del Puerto del Callao con más tránsito de personas, vehículos y contaminación aérea.

"Queremos instalar cuatrocientos aparatos en un plazo de cuatro años, que brindarán aire purificado a ocho millones de personas cada día", aseguraron en un comunicado los coordinadores de la iniciativa.

---

<sup>12</sup> Tomado de la página [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_6377000/6377267.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6377000/6377267.stm)



### **Florerías del Ecuador (futuros competidores) <sup>13</sup>**

- ✓ Delejos - Quito
- ✓ Detalles y Flores - Guayaquil
- ✓ Flor Fashions - Quito
- ✓ Florería Amarilis - Quito
- ✓ Florería Embassy - Guayaquil
- ✓ Florería Huellas - Guayaquil
- ✓ Florería La Gioconda - Quito
- ✓ Florería la Orquídea - Quito
- ✓ Florería Su Compromiso - Guayaquil
- ✓ GMR - Arreglos Florales Di Fiori - Guayaquil
- ✓ Guayaquilflores - Guayaquil
- ✓ La Esquina Floral - Quito
- ✓ Nevado Ecuador - Quito
- ✓ Nuevo Amanecer - Guayaquil
- ✓ Persa Flor - Arte Iraní - Cuenca
- ✓ Regalos y Flores a Ecuador - Guayaquil
- ✓ Serviflores – Guayaquil

### **Milagro, ciudad donde se creará la florería artificial <sup>14</sup>**

#### **Descripción General**

Al este de Guayaquil, a 30 minutos aproximadamente, se encuentra Milagro, una de las ciudades más progresivas de la provincia del guayas, su crecimiento se debe a la producción e industrialización de la caña de azúcar y piña.

Pero a Milagro también se la conoce como la ciudad de las plantas ornamentales, las bondades de su clima y naturaleza, ha hecho posible el asentamiento de viveros que reproducen más de 80 especies nativas de la Costa Ecuatoriana y que son comercializadas a otras ciudades.

Este cantón es el primer proveedor de las plantas para la regeneración urbana de Guayaquil. Milagro tiene el privilegio de estar asentado sobre un manto acuífero,

producto de los ríos subterráneos que lo atraviesan, lo cual hace que su suelo sea apto para toda clase de cultivos.

**Datos de Interés:**

**Extensión:** 403,60 Km<sup>2</sup>.

**Ubicación:** Esta ubicado a una altura de 13 metros sobre el nivel del mar a 46 Kilómetros de Guayaquil.

**Límites:** Norte: con los cantones Yaguachi, A. Baquelize Moreno y Simón Bolívar. Sur: con los cantones Yaguachi y Naranjito. Este: los cantones Simón Bolívar y Naranjito.

**Población:** 200.000 Habitantes.

**Parroquias Urbanas Y Rurales:**

- **Urbanas:** Milagro, Chirijos, Camilo Andrade, Ernesto Seminario y Enrique Valdez.
- **Rurales:** Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre y Roberto Astadillo.

**Clima:** Su clima es húmedo con una temperatura máxima de 36° c y mínima de 17°c y se encuentra a 13 metros sobre el nivel del mar.

**Actividad Económica:** Basa su progreso en la agricultura, industria y comercio. Ocupa una importante zona agrícola, especialmente apta para la producción de piñas y caña de azúcar, además produce arroz, banano, café, cacao, plátano, y toda clase de frutas tropicales.

**Fiestas Cantonales:**

17 de Septiembre de 1913 – Cantonización de Milagro

---

<sup>13</sup> Tomado de la página <http://www.enlinea.ec>.

<sup>14</sup> Tomado de la página <http://www.recorrecuador.com/ecuador/costa/milagro>

## **Definiciones y Conceptos**

**Artificial:** Hecho por mano o arte del hombre.

**Bio:** Significa 'vida'. Biografía, biológico, bioquímica. Microbio, anaerobio.

**Carbono:** Elemento químico de núm. atóm. 6. Es extraordinariamente abundante en la naturaleza, tanto en los seres vivos como en el mundo mineral y en la atmósfera.

**Comercialización:** Acción y efecto de comercializar. Poner a la venta un producto.

**Competencia:** Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

**Dióxido:** Óxido cuya molécula contiene dos átomos de oxígeno. Anhídrido carbónico.

**Distribución:** Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse.

**Fertilizante:** Disponer la tierra para que dé más fruto.

**Follaje:** Conjunto de hojas de los árboles y de otras plantas.

**Hidróxido:** Compuesto formado por la unión de un elemento o un radical con el anión OH<sup>-</sup>.

**Plagas:** Aparición masiva y repentina de seres vivos de la misma especie que causan graves daños a poblaciones animales o vegetales, como, respectivamente, la peste bubónica y la filoxera.

**Polen:** Conjunto de granos diminutos contenidos en las anteras de las flores, cada uno de los cuales está constituido por dos células rodeadas en común por dos membranas resistentes.

**Sintético:** Dicho de un producto: Obtenido por procedimientos industriales, generalmente una síntesis química, que reproduce la composición y propiedades de algunos cuerpos naturales.

**Sodio:** Elemento químico de núm. atóm. 11. Metal muy abundante en la corteza terrestre, principalmente en forma de sales, como el cloruro sódico o sal común.

**Tecnología:** Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

**Tendencia:** Propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines.

**Textura:** Operación de tejer. Estructura, disposición de las partes de un cuerpo, de una obra, etc.

**Tóxica:** Perteneciente o relativo a un veneno o toxina.

**Unifamiliar:** Que corresponde a una sola familia.

**Variable:** Magnitud que puede tener un valor cualquiera de los comprendidos en un conjunto. Estadística.

**Viable:** Dicho de un asunto: Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo.

## **2.4. Fundamentación legal**

**Constitución Política de la República:**

**Capítulo II Derechos del buen vivir**

**Sección segunda**

**Ambiente sano**

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

#### **Sección cuarta**

##### **Cultura y ciencia**

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

#### **Sección novena**

##### **Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

## 2.5. Hipótesis; y/o Preguntas de Investigación

Preguntas de Investigación	Hipótesis
➤ ¿Al crear una nueva florería en la ciudad de Milagro, que acogida tendría	El crear una nueva florería generaría expectativa en el futuro consumidor.
➤ ¿En qué beneficiara la comercialización de plantas y flores artificiales en la ciudad de Milagro?	El comercializar plantas y flores artificiales ayudaría a tener en los hogares un jardín resplandeciente sin necesidad de mucho cuidado, ahorrando tiempo y dinero.
➤ ¿En qué forma ayudaría la creación de una florería artificial?	El nivel de desempleo en la ciudad de milagro se reduciría.
➤ ¿Las flores y plantas artificiales pueden afectar el medio ambiente?	El ofrecer estas flores y plantas artificiales generaría cuidado al medio ambiente ya que este producto no contiene sustancias químicas tóxicas.
➤ ¿El que éste producto ofrezca múltiples beneficios generará fidelidad en el consumidor?	Ofrecer un producto con múltiples beneficios genera acogida en el consumidor.

**Cuadro 1.** Hipótesis

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Modalidad de la Investigación**

##### **3.1.1. Diseño investigativo**

El diseño utilizado en esta investigación es de tipo no experimental porque no afecta a ninguna de nuestras variables, hemos escogido la modalidad de diseños transversales porque solo aplicaremos una encuesta en el año.

##### **3.1.2. Modalidad de la investigación**

La investigación propuesta tiene modalidad cuantitativa, ya que nos basamos en un estudio técnico y estadístico, gracias a las encuestas nos podemos dar cuenta de las necesidades de los posibles consumidores, y saber que opinan con respecto a nuestro producto, al mismo tiempo es de tipo descriptivo porque a través de esta modalidad podemos identificar las características y variables de la investigación.

#### **3.2. Tipo de investigación**

Para realizar este proyecto utilizamos las investigaciones de tipo histórico, documental y correlacional o explicativo.

**Histórico:** Hemos escogido este tipo de investigación debido a que nos basamos a hechos ya acontecidos, relacionándolos con los del presente para obtener conclusiones específicas.

**Documental:** Se ha escogido este tipo de investigación porque nos ha permitido recopilar la información necesaria para la elaboración del marco teórico conceptual, obtenidas a través de fuentes de información primaria y secundaria como: libros, revistas, enciclopedias, e incluso internet, etc.

**Correlacional o explicativa:** Este tipo de investigación es utilizada porque nos permite analizar las variables estudiadas y compararlas con el planteamiento de las hipótesis realizadas, permitiéndonos saber el porqué de los fenómenos y hechos acontecidos.

### 3.3. Población y muestra

El universo de nuestra investigación, es la ciudad de Milagro la cual tiene 200.000 habitantes aproximadamente, serán encuestadas las personas mayores a 18 años, lo cual genero una población de 6000 personas, y según la fórmula se encuestarán a 375, las cuales serán seleccionadas al azar por lo que será una muestra no probabilística.

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1)+1} = \frac{6.000}{(0,05)^2 (6.000-1)+1} = 375$$

### 3.4. Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES
Nivel de aceptación	❖ Encuestas
Florería artificial	❖ Evaluación de la competencia ❖ Futuros consumidores
Nivel de desempleo	❖ Estudio estadístico
Producto	❖ Evaluación de calidad ❖ Precios

**Cuadro 2.** Operacionalización de Variables



### 3.5. Técnicas e instrumentos utilizados

#### **Métodos:**

Entre los métodos utilizados tenemos: el método deductivo y el método estadístico.

**Deductivo:** Este método nos ayuda a evaluar los diferentes fenómenos de la investigación a realizarse, con el propósito de identificar los hechos y acontecimientos, utilizando las técnicas de investigación como es la encuesta.

**Estadístico:** Hemos escogido este método porque realizaremos un estudio técnico y estadístico a través de las encuestas, con la finalidad de saber que acogida tiene este producto en el mercado, y el comportamiento del consumidor, para ello se realizara un análisis en las encuestas por medio de tabulaciones, para así poder obtener los resultados de nuestro análisis estadístico.

#### **Instrumentos:**

El instrumento utilizado para la investigación de este proyecto es la Encuesta.

**Encuesta:** La encuesta es un instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas de forma estadística, realizada con ayuda de un cuestionario.

Las encuestas que realizamos fueron formuladas con preguntas cerradas y abiertas, para que el encuestado pueda responder acorde a su criterio y necesidades, permitiéndonos comprobar las hipótesis ya formuladas.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

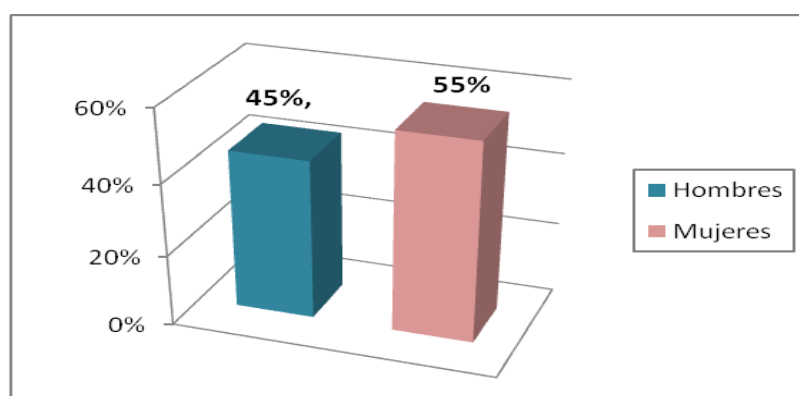
#### 4.1. Análisis de los Resultados

##### 4.1.1. Interpretación de Datos

Se realizó las encuestas en la ciudad de Milagro a 375 personas al azar (167 Hombres y 208 Mujeres; mayores a 18 años) para conocer la aceptación de nuestro producto en el mercado local y estos fueron los resultados:

<i><b>Opciones</b></i>	<i><b>Frecuencia</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Hombres	167	45%
Mujeres	208	55%
<i><b>Total</b></i>	<i><b>375</b></i>	<i><b>100%</b></i>

**Cuadro 3.** Interpretación de Datos



**Grafico 1.** Interpretación de Datos

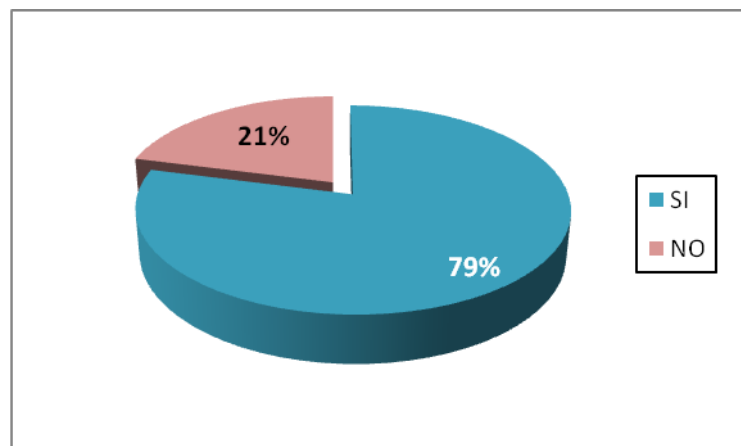
**Conclusión:** Como podemos observar el 55% de personas encuestadas corresponde a mujeres y el 45% a hombres.

A continuación las preguntas de la encuesta con sus respectivas conclusiones:

### 1. ¿Le gusta las flores y plantas?

<i><b>Opciones</b></i>	<i><b>Frecuencia</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
SI	297	79%
NO	78	21%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3a.** Resultados Pregunta 1 de la Encuesta



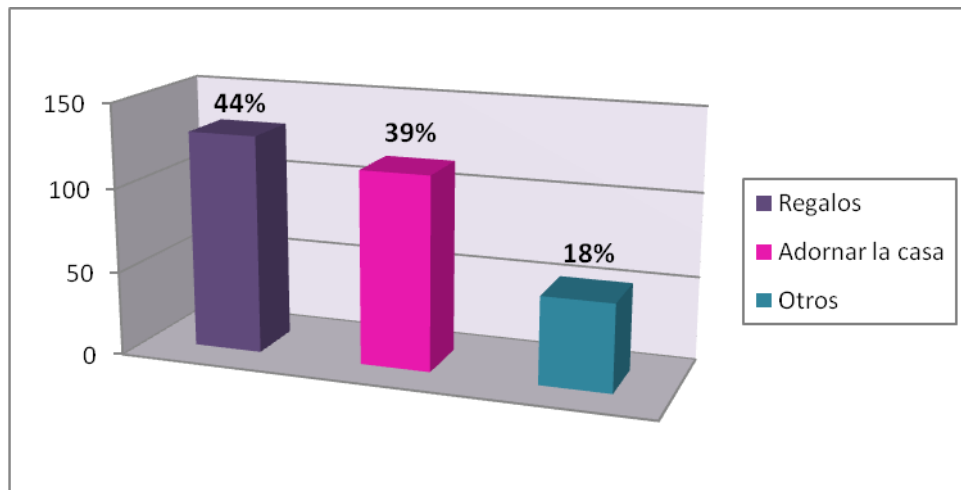
**Gráfico 1a.** Resultados Pregunta 1 de la Encuesta

**Conclusión:** De las encuestas realizadas a la población milagreña el 78 % ha dicho que Si les gustan las flores y plantas, lo cual nos indica que hay un amplio mercado que puede consumir nuestro producto.

### 2. Las flores que usted compra las utiliza para:

<i><b>Opciones</b></i>	<i><b>Frecuencia</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Regalos	130	44%
Adornar la casa	115	39%
Otros	52	18%
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3b.** Resultados Pregunta 2 de la Encuesta



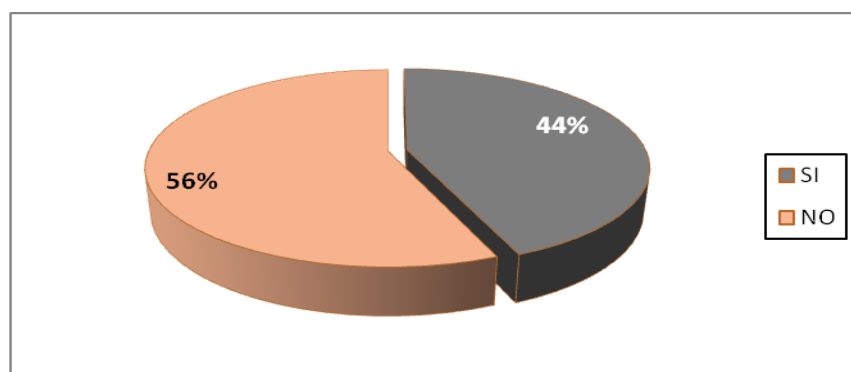
**Grafico 1b.** Resultados Pregunta 2 de la Encuesta

**Conclusión:** La mayoría de las personas las utilizan para regalar, por lo que nuestro producto tendrá una buena acogida para fechas como San Valentín, Día de la Madre y otras festividades como cumpleaños.

**3. ¿Conoce usted que las flores naturales deben ser cuidadas con precaución debido a que poseen un polen el cual puede causar alergia a los seres humanos?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	130	44%
NO	167	56%
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3c.** Resultados Pregunta 3 de la Encuesta



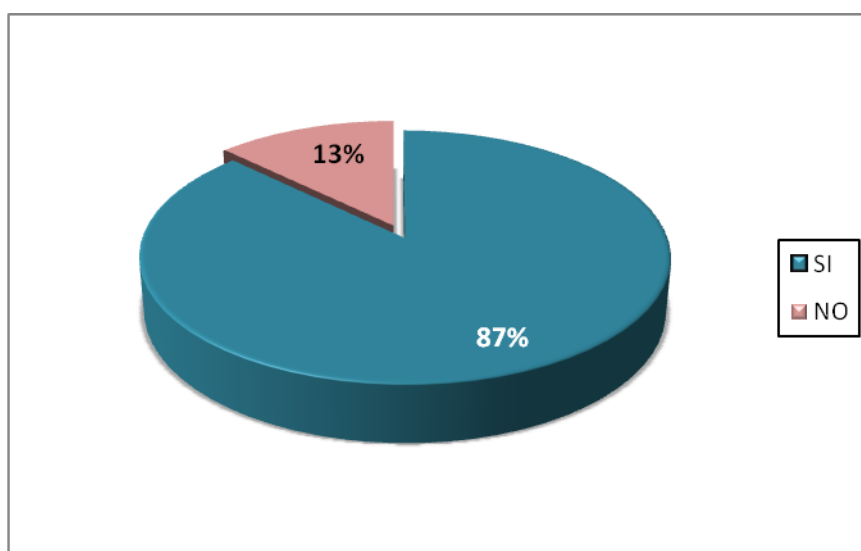
**Grafico 1c.** Resultados Pregunta 3 de la Encuesta

**Conclusión:** No todas las personas conocen que las flores naturales expulsan un polen el cual puede ser perjudicial para el ser humano.

#### 4. ¿Estaría dispuesto a comprar flores artificiales?

<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
SI	259	87%
NO	38	13%
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3d.** Resultados Pregunta 4 de la Encuesta



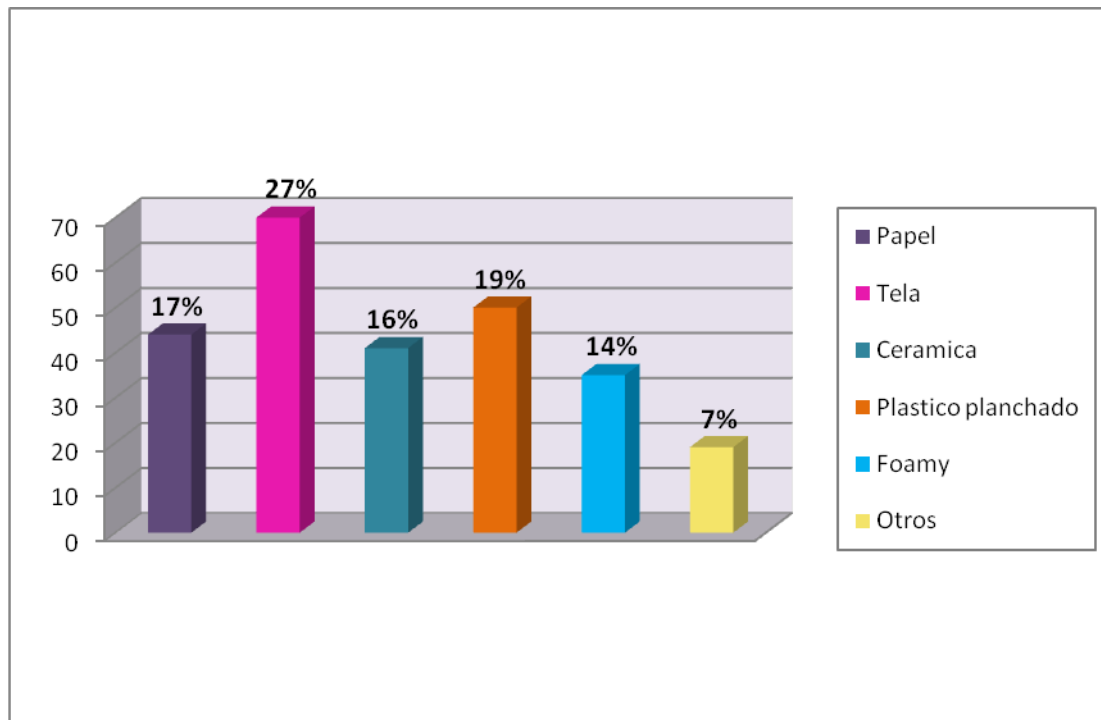
**Grafico 1d.** Resultados Pregunta 4 de la Encuesta

**Conclusión:** Las mayor parte de las personas estarían dispuestas a comprar flores artificiales, lo que nos indica que este producto si tiene acogida en el mercado local.

**5. ¿De qué material le gusta comprar las flores artificiales?**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Papel	44	17%
Tela	70	27%
Cerámica	41	16%
Plástico planchado	50	19%
Foamy	35	14%
Otros	19	7%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3e.** Resultados Pregunta 5 de la Encuesta



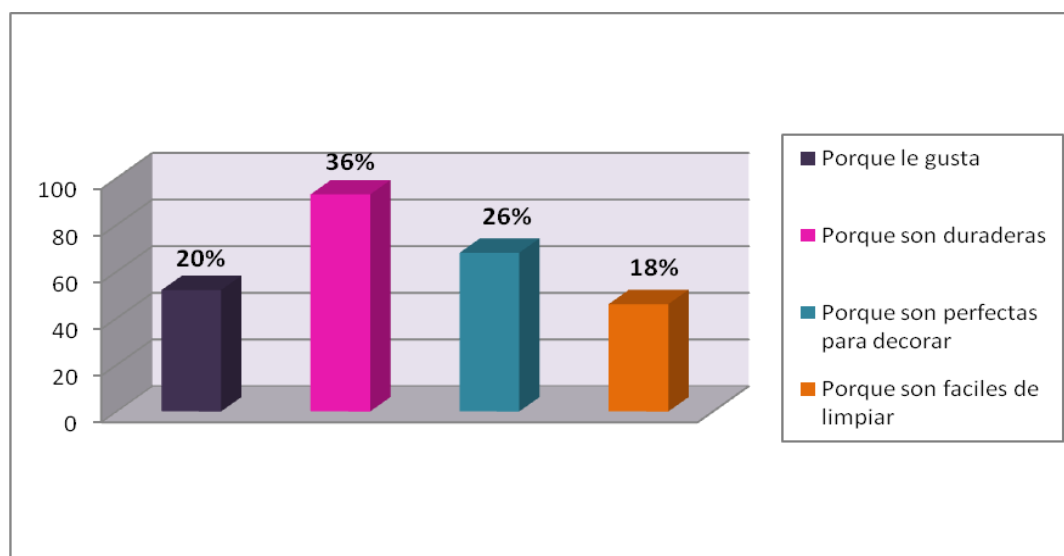
**Grafico 1e.** Resultados Pregunta 5 de la Encuesta

**Conclusión:** Según los resultados de esta encuesta la mayor parte de las personas prefieren las flores hechas de Tela, lo que quiere decir que nos tenemos que enfocar más en las flores artificiales de tela.

6. ¿Por qué las prefiere de este material?

<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Porque le gusta	52	20%
Porque son duraderas	93	36%
Porque son perfectas para decorar	68	26%
Porque son fáciles de limpiar	46	18%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3f.** Resultados Pregunta 6 de la Encuesta



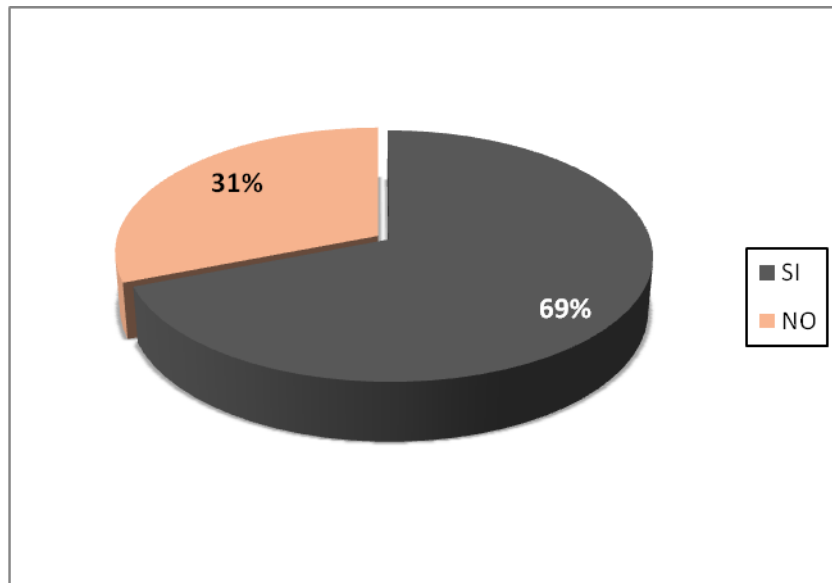
**Grafico 1f.** Resultados Pregunta 6 de la Encuesta

**Conclusión:** Aquí nos podemos dar cuenta de que las personas prefieren las flores artificiales de tela porque son duraderas.

7. ¿Desearía que en Milagro exista una florería que venda una variedad de plantas y flores artificiales?

<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
SI	259	69%
NO (Las 78 persona que no les gusta las flores mas las 38 que no estarían dispuestas a comprar)	116	31%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3g.** Resultados Pregunta 7 de la Encuesta



**Grafico 1g.** Resultados Pregunta 7 de la Encuesta

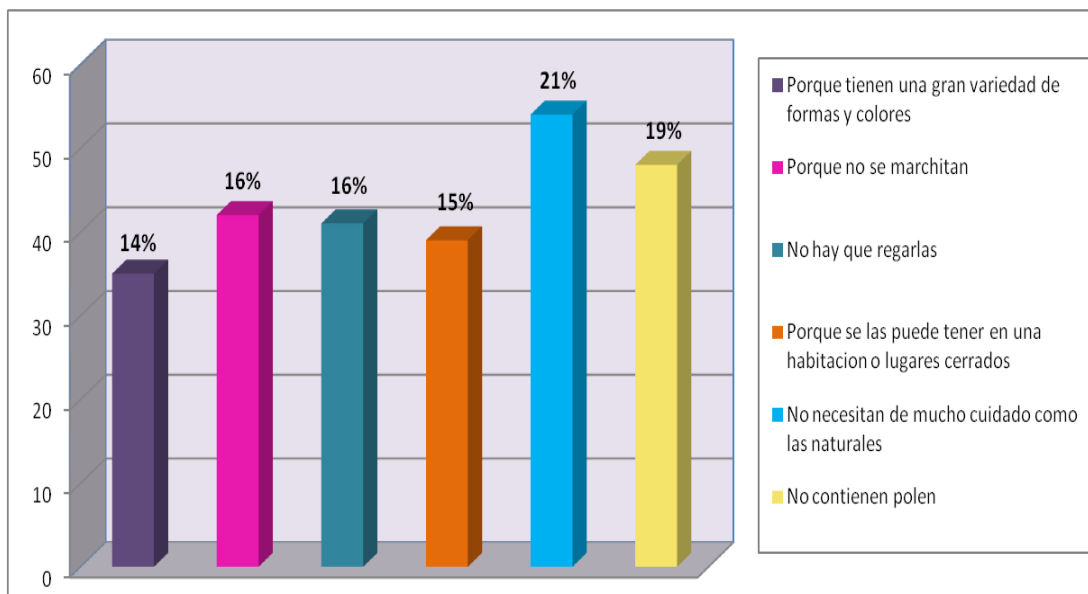
**Conclusión:** De acuerdo a los datos de la encuesta vemos que gran parte de la población milagreña desea que exista una nueva florería artificial, esto nos indica que esta actividad tiene acogida en el mercado local.

**8. ¿Por qué estaría dispuesto a comprar estas plantas y flores artificiales?**

<i><b>Opciones</b></i>	<i><b>Frecuencia</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Porque tienen una gran variedad de formas y colores	35	14%
Porque no se marchitan	42	16%
No hay que regarlas	41	16%
Porque se las puede tener en una habitación o lugares cerrados	39	15%
No necesitan de mucho cuidado como las naturales	54	21%
No contienen polen	48	19%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3h.** Resultados Pregunta 8 de la Encuesta





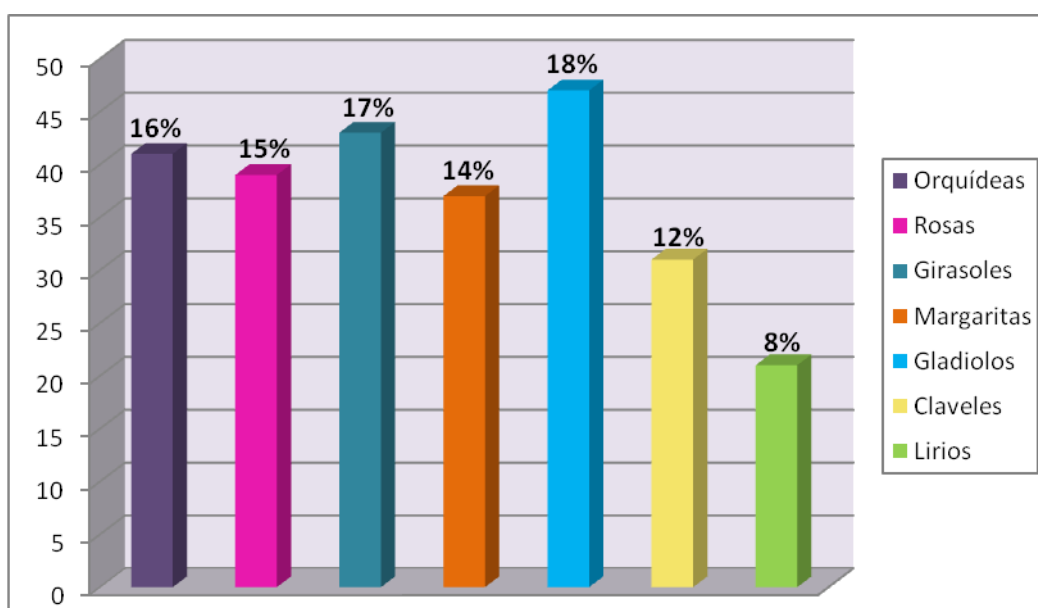
**Grafico 1h.** Resultados Pregunta 8 de la Encuesta

**Conclusión:** Según las encuestas el 69% de las personas estarían dispuestas a comprarlas debido a que estas no necesitan de mucho cuidado como las naturales, esto nos muestra que estas personas prefieren las flores y plantas artificiales no solo porque no necesitan de mucho cuidado, sino también porque no contienen polen, no se marchitan, no hay que regarlas, porque pueden permanecer en lugares cerrados, porque tienen gran variedad de formas y colores, según estos resultados podemos decir que nuestro producto tendrá gran acogida en el mercado local.

#### 9. ¿Qué tipo de flores desearía que se vendan en esta nueva florería?

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Orquídeas	41	16%
Rosas	39	15%
Girasoles	43	17%
Margaritas	37	14%
Gladiolos	47	18%
Claveles	31	12%
Lirios	21	8%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3i.** Resultados Pregunta 9 de la Encuesta



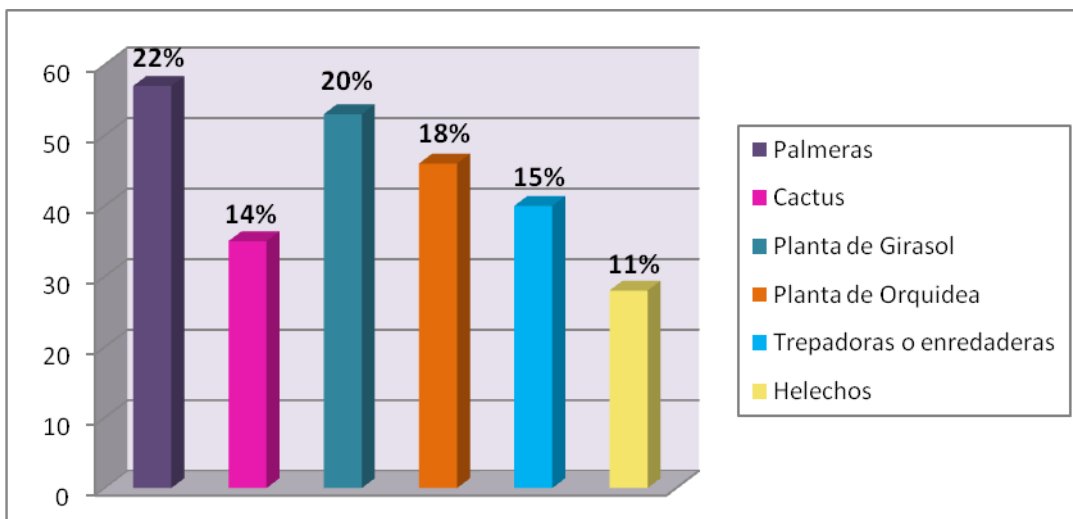
**Grafico 1i.** Resultados Pregunta 9 de la Encuesta

**Conclusión:** De acuerdo a los resultados de las encuestas, nos hemos dado cuenta que las personas prefieren este tipo de flores como son: Las Orquídeas, Rosas, Girasoles, Margaritas, Gladiolos, Claveles y Lirios. Según estos resultados nuestro negocio va a emprender vendiendo estas flores.

**10. ¿Qué tipo de plantas desearía que se vendan en esta nueva florería?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Palmeras	57	22%
Cactus	35	14%
Planta de Girasol	53	20%
Planta de Orquídea	46	18%
Trepadoras o enredaderas	40	15%
Helechos	28	11%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3j.** Resultados Pregunta 10 de la Encuesta



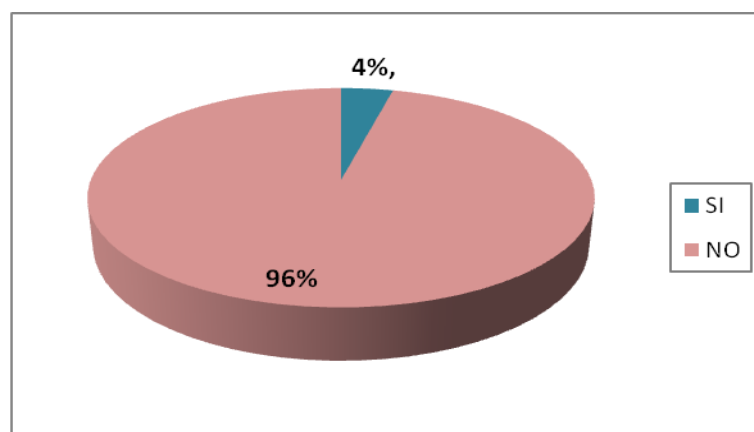
**Grafico 1j.** Resultados Pregunta 10 de la Encuesta

**Conclusión:** Según las encuestas empezaremos vendiendo 6 tipos de plantas como: Palmeras, Cactus, Planta de Girasol, Planta de Orquídea, Trepadoras, helechos. Debido a que las personas prefieren este tipo de plantas.

**11. ¿Cree usted que estas plantas y flores artificiales pueden afectar la salud de las personas y el medio ambiente?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	4%
NO	249	96%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3k.** Resultados Pregunta 11 de la Encuesta



**Grafico 1k.** Resultados Pregunta 11 de la Encuesta

**Conclusión:** El 96% de las personas dijeron que estas flores y plantas artificiales no son perjudiciales para la salud de las personas ni para el medio ambiente, de lo cual tenemos una ventaja para que este negocio tenga gran acogida en el mercado debido a que no perjudican la salud del ser humano, ni el medio ambiente porque no contienen sustancias químicas tóxicas, a diferencia de las naturales que pueden causar alergia a las personas si no se tiene el debido cuidado.

### **Conclusión Global de las Encuestas:**

Estas encuestas se han realizado con la finalidad de conocer la aceptación de nuestro producto en el mercado, para saber las necesidades de los consumidores, así como las exigencias y el conocimiento que poseen sobre este producto.

Los resultados obtenidos nos demuestran que la mayoría de personas les gustan las flores y plantas, lo cual nos indica que hay un amplio mercado que puede consumir este producto; del cual la mayor parte de las personas las utilizan para regalarlas, lo que quiere decir que tendremos buenos resultados en fechas especiales y festividades. Pero existe un 56% de personas que desconocen que las flores naturales expulsan un polen el cual es perjudicial para la salud del ser humano este resultado nos abre puertas para que nuestro producto tenga gran acogida en el mercado, debido a que las flores que ofrecemos no son perjudiciales para nuestra salud.

También los resultados demuestran que las personas estarían dispuestas a comprar estas flores y plantas por los beneficios que ofrecen las mismas, de acuerdo a los resultados las prefieren porque no se marchitan, no hay que regarlas, no poseen polen, etc.

Por todos los resultados obtenidos podemos decir que este proyecto tiene grandes posibilidades de aceptación ya que el objetivo primordial es satisfacer las necesidades de los consumidores brindándoles un producto con múltiples beneficios el cual les ayudara ahorrar tiempo y dinero.

#### **4.2. Verificación de hipótesis o preguntas a defender**

Con el diagnóstico de las encuestas realizadas, se pudo probar las hipótesis establecidas sobre el estudio de viabilidad de la florería artificial, dando como resultado un negocio viable, factible y rentable, debido a que conocemos, las necesidades y preferencias de las personas, por tal razón, aunque seamos nuevos en esta actividad, nos sentimos seguros de tener una buena participación y permanencia en el mercado puesto que le daremos a la gente el servicio, calidad y producto que desean, así les estaremos brindando una máxima satisfacción.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Información General**

##### **5.1.1 Antecedentes**

Anteriormente se creía que las plantas y flores “plásticas”, sintéticas o artificiales, era algo vulgar, de poca clase y que las personas de buen gusto rechazaban. Sin embargo, con el pasar del tiempo eso ha quedado atrás, debido a que en la actualidad este producto se ha ido mejorando a tal grado que las grandes empresas, restaurantes, hoteles y centros comerciales las utilizan para decorar y crear un ambiente agradable en sus negocios.

Con esta nueva modalidad de novedades para la decoración los grandes fabricantes de accesorios y artículos para la decoración han incluido en su carpeta esta tendencia que ha venido a revolucionar el mercado, tanto así que en la actualidad tienen apariencia real.

La tendencia de este producto artificial se mantiene en permanente ascenso, ya que los interesados actualmente prefieren este producto debido a que no contienen sustancias químicas tóxicas y duran por mucho más tiempo que las naturales, no hay que regarlas ni ponerles abono, esto nos da una ventaja frente a nuestros competidores, pues nuestro producto saldrá al mercado con un precio accesible a nuestros clientes y con una variedad de flores y plantas para escoger.

### **5.1.2 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Proponer una estructura organizacional y herramientas administrativas y financieras que permitan proyectar el éxito del negocio y sus niveles de rentabilidad en la florería.

#### **Objetivo Específicos**

- Definir la estructura organizacional
- Establecer la segmentación del mercado
- Especificar el funcionamiento del Marketing Mix
- Determinar los requerimientos, en lo referente a equipos e implementos, que necesitará el negocio.
- Estimar la situación financiera
- Establecer conclusiones y recomendaciones.

### **5.1.3 Ubicación del proyecto**

Esta florería va a estar ubicada en la ciudad de Milagro, esta ciudad se encuentra situada al este de Guayaquil, a 30 minutos aproximadamente a una altura de 13 metros sobre el nivel del mar a 46 Kilómetros de Guayaquil.

Es una de las ciudades más progresivas de la provincia del Guayas por su agricultura, industria y comercio, su crecimiento se debe a la producción e industrialización de la caña de azúcar y piña. Este cantón es el primer proveedor de las plantas para la regeneración urbana de Guayaquil. Milagro tiene el privilegio de estar asentado sobre un manto acuífero, producto de los ríos subterráneos que lo atraviesan, lo cual hace que su suelo sea apto para toda clase de cultivos.

Su ubicación será en el centro de la ciudad en las calles García Moreno entre 12 de febrero y Miguel Valverde.

## **5.2. LA EMPRESA**

### **5.2.1 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa**

#### **Misión**

Comercializar y distribuir productos de alta calidad mediante esta nueva tendencia para la decoración como lo son las flores y plantas artificiales proporcionando satisfacción a los consumidores, y a la comunidad en general.

#### **Visión**

Convertirnos en una empresa competitiva por su buen servicio, ser reconocidos a nivel nacional como una de las mejores florerías

#### **Objetivos**

- Ser reconocidos a nivel local y en las diferentes ciudades del país
- Crecer y posicionarnos como una organización líder en el negocio de flores y plantas artificiales
- Ser reconocidos por la calidad de sus productos y por la efectividad de sus esfuerzos, orientados a satisfacción de las necesidades y expectativas de los consumidores, en un marco de atención y servicios competitivo para sus clientes.

#### **Valores Corporativos**

Los valores corporativos de esta empresa están constituidos por:

- ❖ **Honestidad.** En nuestra convivencia laboral prevalece la honestidad ya que a través de ello podemos cumplir con los objetivos trazados y brindarles a los clientes la confianza necesaria de nuestro producto.
- ❖ **Confianza.** La confianza es la base de todas nuestras relaciones. Es desarrollada a través de la honestidad, la apertura y el compromiso. La empresa confía en que cada empleado se desempeñe en procura de los mejores intereses de la compañía.



- ❖ **Responsabilidad.** Cumplir con todas nuestras obligaciones asignadas y permanecer fiel al objetivo trazado, llevándolos a cabo con integridad y con sentido del propósito.
- ❖ **Respeto.** Considerar a las personas seriamente, escuchar sus ideas y opiniones con apertura mental.

## Principios

- ✓ **Orientación al sector:** Ofrecer productos y servicios innovadores, confiables y competitivos, que satisfagan las necesidades de los consumidores, generando confianza en el producto, y que procure la rentabilidad de la compañía.
- ✓ **Desarrollo de Colaboradores:** Promover el desarrollo integral del personal de la institución en un entorno laboral participativo y eficiente, que lo haga sentir orgulloso de pertenecer a ella. Contar con colaboradores profesionales, capacitados, con actitud de servicio y apertura al cambio, que tengan conciencia de que reflejan la imagen de la institución.
- ✓ **Ayudar a la sociedad:** Enfocar en ser reconocidos como miembros responsables de la sociedad, disminuyendo la contaminación ambiental y reduciendo los desperdicios.

## Estrategias

- Nuestros clientes iniciales serán los canales de distribución de comisionistas, sumado a ello la venta personal.
- La Florería aprovechara todas las oportunidades o eventos para poder mostrar los beneficios de su producto.
- La elaboración de hojas volantes ilustradas con fotos del producto, también se contará con una página Web que contendrá información referente al producto.
- Nuestros productos se entregarán a los diferentes puntos específicos de distribución como lo son los supermercados de la ciudad de Milagro y sus alrededores.
- Además se contará con vendedores directos o de persona a persona que nos permitirá llegar directamente al consumidor final.

## 5.2.2 Marco Legal

### **Período tributario (SRI)**

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1º de enero al 31 de diciembre de cada año. Cuando la actividad generadora de la renta empieza en una fecha posterior al 1º de enero, de igual manera el ejercicio impositivo se debe cerrar obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

La tarifa del impuesto para las sociedades es del 25%. Para las personas naturales y las sucesiones indivisas varía con relación a la base imponible.

### **Obligación de llevar contabilidad**

Los artículos 20 y 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 15 del Reglamento de Aplicación del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

1. Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad.
2. Las personas naturales también están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo supere lo establecido por el SRI en el ejercicio inmediato anterior, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades, agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

### **Razón Social**

El nombre de la compañía es: **Florería Artificial “El arte de Vivir”**

### **Tramites de Constitución**

Para Constituir nuestra Compañía como una Sociedad Anónima requiere de los siguientes requisitos:

1. **El nombre:** debe ser solicitado y aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías o por la Secretaria General de la Intendencia de Compañías del domicilio donde se constituye la compañía.
2. **Cuenta de integración:** una vez aprobada la denominación de la compañía, se abre una cuenta de integración en un banco, como depósito en cuenta especial de la parte del capital suscrito que se haya pagado en numerario. El valor mínimo para depositar es el 25 por ciento del capital total.

El certificado bancario protocolizado se adjunta a la escritura pública de constitución. En caso de que se aporten bienes inmuebles, el avalúo y la transferencia de dominio de los mismos se anexa a la escritura de constitución, y una vez aprobada por la Superintendencia de Compañías, previo a la inscripción en el Registro Mercantil, deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad.

**3. Escritura pública de la constitución.-** Esta escritura debe contener:

- a. Lugar y fecha donde se celebre el contrato.
- b. Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- c. Objeto social.
- d. Denominación y duración.
- e. Importe del capital con el número de acciones en que se divida, clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de los suscriptores, indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o bienes, el valor atribuido a éstos y la parte del capital no pagado.
- f. Domicilio de la compañía.
- g. Forma de administración y facultades de los administradores.
- h. Forma y épocas de convocar a las Juntas Generales.
- i. Forma de designación de los administradores, y qué funcionario tendrá la representación legal de la compañía.
- j. Normas de reparto de utilidades.
- k. Determinación de los casos para disolverse anticipadamente.
- l. Forma de proceder a la designación de liquidadores. Esta clase de compañía permite establecer un capital autorizado, cuyo valor es el doble del capital suscrito (Art.160 Ley de Compañías).

**4. Afiliación a una de las Cámara de la Producción.-** La afiliación depende del objeto social de la compañía y de las autorizaciones especiales que determine la Ley (Cámaras de Comercio, Industrias, Pequeña Industria, Construcción, Minería, Agricultura).

**5. Solicitud de aprobación en la Superintendencia de Compañías:** se anexa con la solicitud que debe tener firma de abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la constitución de la compañía (Art.136 de la Ley de Compañías).

- a. Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- b. Protocolización de la resolución aprobatoria.
- c. Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura.
- d. Inscripción en el Registro Mercantil.
- e. Designación de los administradores de la compañía por la Junta General que se reunirá inmediatamente.
- f. Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá ser dentro de 30 días posteriores a su designación, y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
- g. Obtención del Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañías, anexando copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, original del nombramiento del representante legal, original de la publicación del extracto, y formulario 01 conteniendo todos los datos de la compañía.
- h. Autorización de la Superintendencia de Compañías para retirar fondos de la cuenta de integración de capital.
- i. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas, anexando original del registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

## **Permisos**

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios, etc, para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

### **1. Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- ❖ Copia de la Cédula de Identidad
- ❖ Acercarse a las oficinas del SRI
- ❖ Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- ❖ Tipo de negocio o actividad a la que se dedica
- ❖ Firma y retira el RUC
- ❖ Este trámite no tiene ningún costo monetario.

### **2. Permisos de Funcionamiento Municipales**

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio en este caso en la ciudad de Milagro, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal
- ❖ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ❖ Planilla de Luz.
- ❖ Formulario de declaración para obtener la patente (costo 0,20 centavos)

### **3. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se

revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal
- ❖ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ❖ Planilla de Luz.
- ❖ Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la Actividad económica.

#### **4. Afiliación a la Cámara de Comercio**

Para la afiliación a la Cámara de Comercio se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal
- ❖ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ❖ Planilla de Luz.
- ❖ Pago de suscripción en relación al Capital social.
- ❖ Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución.

#### **5.2.3 Personal**

##### **5.2.4 Requerimientos de Personal**

En cuanto al Personal que se requiere para que labore en esta institución se necesitará gerente comercial, gerente financiero, cajero y vendedores los cuales deben de estar actos para sus diferentes funciones. A continuación se detalla el personal requerido:

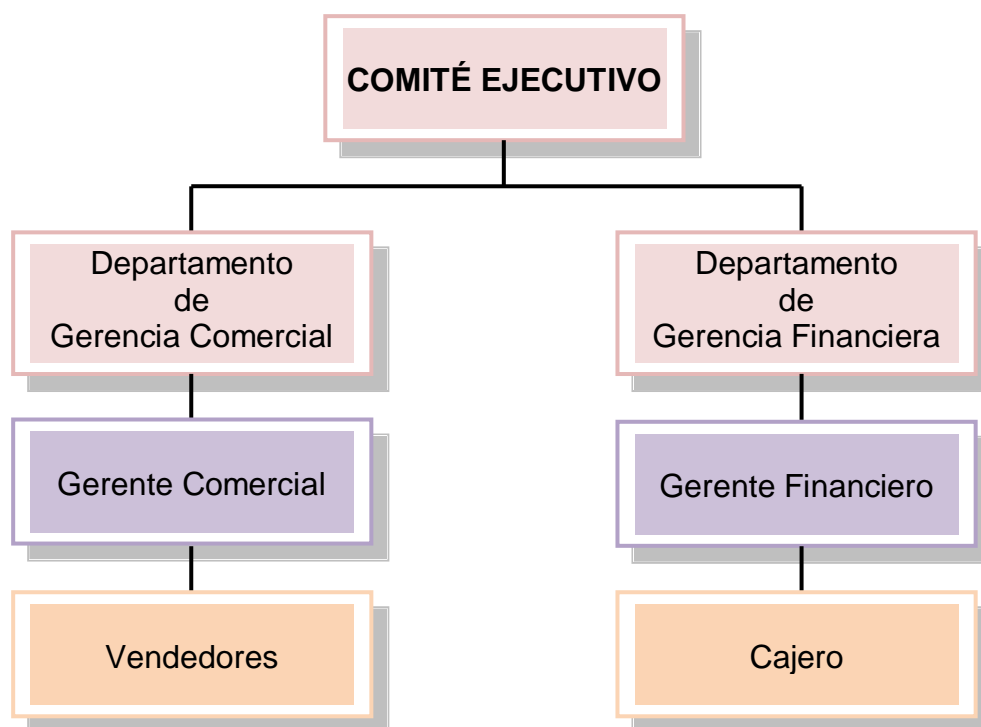
### Personal Requerido

<b>Cargo</b>	<b>No. Personal</b>
Gerente Comercial	1
Gerente Financiero	1
Cajero	1
Vendedores	3
<b>Total</b>	<b>6</b>

**Cuadro 4.** Requerimiento de Personal

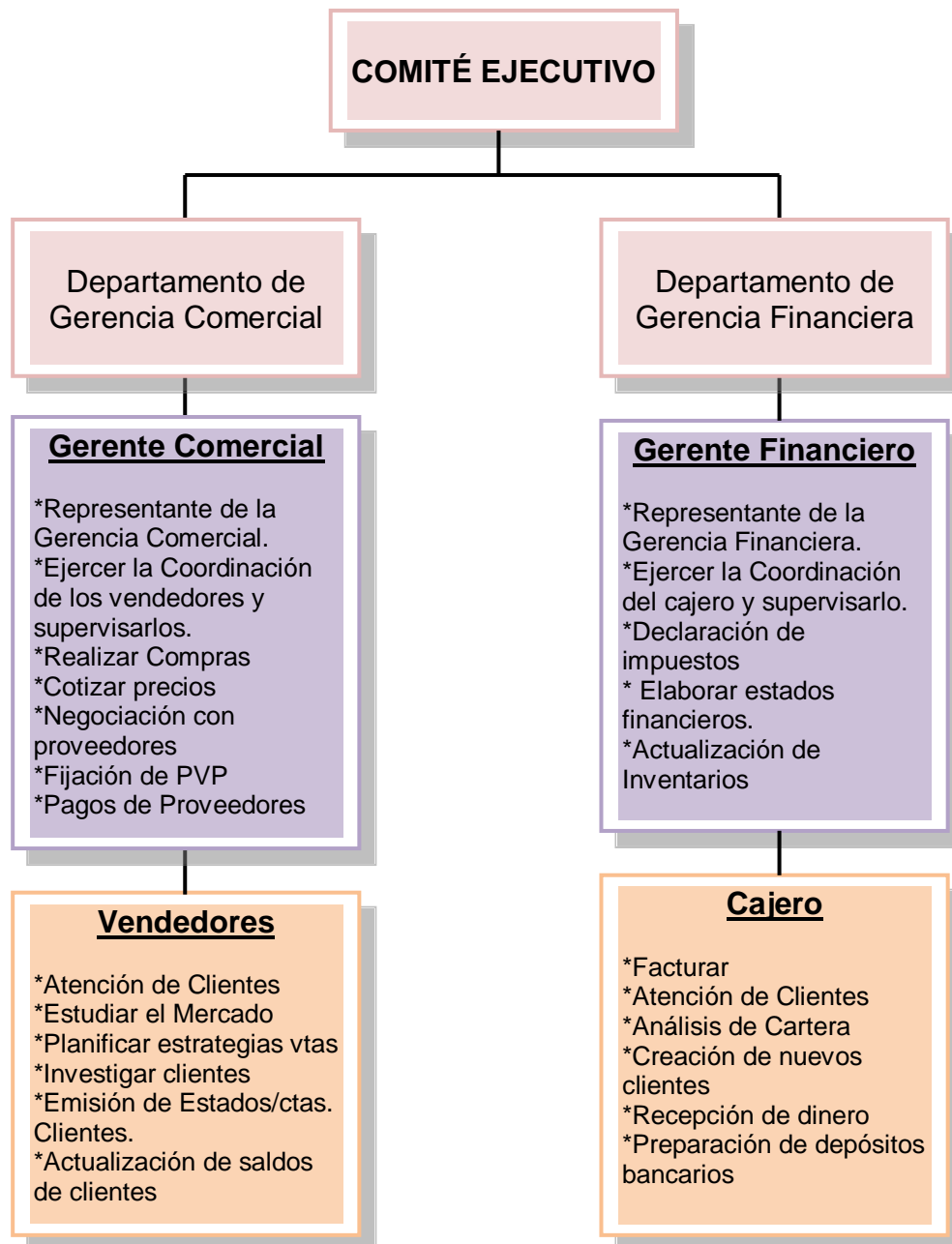
### 5.2.5 Organigrama

#### Organigrama Estructural



**Grafico 2.** Organigrama Estructural

## Organigrama Funcional



**Grafico 3.** Organigrama Funcional



### 5.2.6 Descripción de Funciones

**Denominación del cargo:**

**GERENTE COMERCIAL**

**Área:** Departamento de Gerencia Comercial

**Supervisa:** Vendedores

**Reporta:** Comité Ejecutivo

**Naturaleza del Trabajo:**

El Gerente Comercial lleva a cabo el control sobre el ciclo de compra. Supervisa y coordina el trabajo de los vendedores. Toma decisiones de los productos nuevos para la decoración que salen al mercado, realiza la negociación con los proveedores

**Funciones específicas:**

- Brinda la posibilidad de dar seguimiento a todos los pedidos realizados, desde el momento que se comunica al proveedor hasta que se hace el ingreso a la bodega.
- La integración de Compras con un Control de Inventario le permite actualizar directamente las existencias de los artículos, registrar los costos y determinar la ubicación donde se almacenarán los mismos.
- Modificación de las notas de las órdenes de compra en tránsito, para efectos de registrar el seguimiento de las mismas.
- Detalle de la mercadería recibida, aceptada y rechazada, de modo que el pago se realice únicamente sobre aquellos artículos que fueron aceptados.
- Control de bodegas en los cuales se almacenará el artículo.
- Coordinar pagos a los Proveedores con el Departamento de Gerencia Financiera.

**Requisitos Mínimos:**

- ✓ Profesional en Ingeniería Comercial o Marketing.
- ✓ Estudios de Mercadeo
- ✓ Cinco años de experiencia en funciones similares.
- ✓ Manejo programa utilitarios.
- ✓ Exige responsabilidad en las asignaciones a ellos encomendados.

**Denominación del Cargo:****VENDEDOR****Área:** Departamento de Gerencia Comercial**Reporta:** Gerente Comercial**Naturaleza del trabajo:**

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto.

**Funciones Específicas:**

- Consolidación de cartera de clientes.
- Prospección y captación de otros clientes.
- Argumentación y cierre de ventas suficiente para cumplir con las cuotas asignadas.
- Presentación de la empresa en su ámbito de actuación.
- Elaboración de informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados.
- Elaboración de informes cualitativos que recogen los movimientos de la competencia, las vicisitudes del mercado y el grado de aceptación de los productos.
- Concertación de visitas.
- Demostraciones del producto.
- Preparación de ofertas y presupuestos.
- Atención de ferias y exposiciones.
- Atender correctamente las incidencias que se produzcan con respecto al producto.

**Requisitos Mínimos:**

- ✓ Estudiante de marketing o carrera afines.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Personalidad atrayente, muy buena presencia, fluidez verbal.
- ✓ Alta capacidad para relaciones inter-personales.

**Denominación del Cargo:****GERENTE FINANCIERO**

**Área:** Departamento de Gerencia Financiera

**Supervisa:** Cajero

**Reporta:** Comité Ejecutivo

**Naturaleza del Trabajo:**

El Gerente Financiero lleva a cabo el control financiero del negocio. Supervisa y coordina el trabajo del cajero. Debe organizar la empresa con las normas establecidas que se ajusten a las políticas, principios y normas generalmente aceptadas.

**Funciones Específicas:**

- Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable.
- Presentar balances mensuales.
- Realizar las transacciones oportunas de tal forma que haya una fluidez en las cuentas bancarias.
- Realizar los pagos mensuales y beneficios de nómina de la empresa.
- Estudiar los valores que constituyen capital o que intervendrán en las operaciones diarias.
- Pago de impuestos y tributos.
- Establecer calendarios de pagos tanto a proveedores y empleados.
- Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, órdenes de compra, ingresos y egresos de la organización.

**Requisitos Mínimos:**

- ✓ Profesional en Contaduría Pública Autorizada
- ✓ Dos años de experiencia en labores similares.
- ✓ Alto conocimiento de la Ley Tributaria, Seguro Social; Ley Societaria, Ley de Compañías.
- ✓ Agilidad numérica; Agudeza visual.
- ✓ Destreza para la utilización de equipo informático.

**Denominación del Cargo:****CAJERO****Área:** Departamento de Gerencia Financiera**Reporta:** Gerente Financiero**Naturaleza del trabajo:**

El puesto de cajero posee una serie de características muy importante en si es uno de los más importantes de la institución, por su alta responsabilidad, por su grado de confianza y en cierta medida por los riesgos que este de por si implica. Su función principal es la de cobrar todos los servicios que se brinda en la Empresa.

Su trabajo es eminentemente operativo por ello es que el 90 % de su tiempo se invierte en la emisión de boletas y facturas y en cobrar y verificar el dinero recibido, su responsabilidad está relacionada con la operación de su equipo.

**Funciones Específicas:**

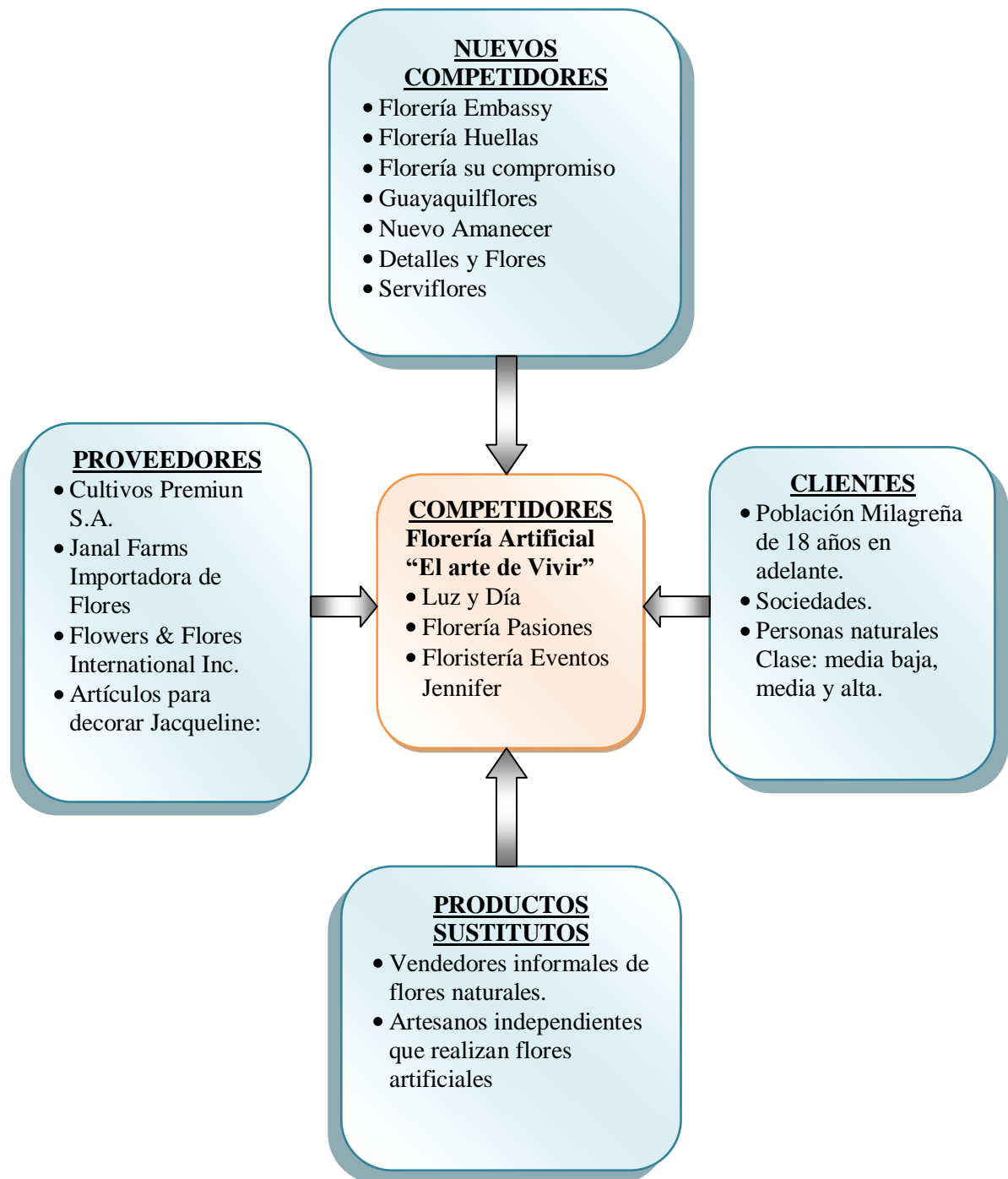
- Cobrar las ventas realizadas en la empresa.
- Responsabilidad sobre el dinero de caja.
- Coordinar acciones de cobro a los Clientes con el personal de ventas.
- Emitir las boletas de venta y las facturas de clientes en general.
- Emitir el reporte diario de caja.
- Coordinar para obtención de monedas para vueltos
- Verificación de dinero recibido.
- Realizar depósitos bancarios autorizados por el Gerente Financiero.
- Actualizar datos de clientes y crear clientes nuevos en el sistema.

**Requisitos Mínimos:**

- ✓ Habilidad expresiva
- ✓ Coordinación tacto visual
- ✓ Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.
- ✓ Cursando los primeros años de estudios superiores.
- ✓ Ser honesto y responsable.

### 5.3. Análisis de Mercado

#### 5.3.1 Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter



**Grafico 4.** Análisis de Porter

### **1.- Riesgo de ingreso de nuevos competidores.**

La existencia de nuevos competidores en este tipo de negocio es posible debido a que en la actualidad se está incrementando la adquisición de flores artificiales porque son mas practicas y no necesitan de mucho cuidado.

### **Barreras de ingreso**

#### **✓ Economías de Escala**

Brindaremos nuestro producto a un precio menor al que se encuentra en el mercado, a un precio accesible al consumidor.

#### **✓ Diferenciación del producto**

La empresa tendrá un control exhaustivo en la calidad de su producto y con precios al alcance de sus consumidores, debido a esto no se daría ventajas competitivas.

#### **✓ Políticas de gobierno**

- 1.-Excesivos trámites para constitución de empresas
- 2.-La inestabilidad económica del gobierno
- 3.-Falta de apoyo al sector microempresarial

### **2.- Rivalidad entre empresas establecidas.**

Nuestros competidores más fuertes son las empresas ya existentes en el mercado debido a que ya están establecidas y es más fácil para ellas atraer a sus consumidores, además de que pueden estar bien posesionadas en el mercado.

### **3.- Productos Sustitutos.**

Nuestra principal amenaza de productos sustitutos en el mercado local serian las flores y plantas naturales, no tan solo por ser naturales sino también porque en nuestro país la tierra es fértil y se cultivan en gran cantidad, pero las mismas no brinda los beneficios que las flores artificiales ofrecen.

#### **4.- Poder de negociación con los compradores.**

El crecimiento y el interés por el consumo de flores y plantas artificiales llevara consigo la necesidad de ofrecer descuentos especiales para los consumidores, esto beneficiara a la empresa ya que nos encontramos en la etapa embrionaria por lo que necesitara de promociones.

#### **5.- Poder de negociación con los proveedores.**

Contamos con diferentes proveedores para la adquisición de plantas y flores artificiales requeridas para nuestro negocio, para la comercialización y distribución del mismo, tales como variedad, calidad, ofertas y selección de precios. Nuestros proveedores serán:

- **Cultivos Premiun S.A.:** El cual nos abastecerá de las diferentes flores y plantas con las que empezaremos nuestro negocio según los requerimientos de las personas de acuerdo a las encuestas.
- **Janal Farms Importadora de Flores:** Esta importadora también nos abastecerá de las diferentes flores.
- **Flowers&Flores International Inc.:** Esta empresa nos va a proporcionar flores de la más excelente calidad como rosas, orquídeas y lirios.
- **Artículos para decorar Jacqueline:** Esta empresa nos proporcionara los diferentes implementos para realizar los arreglos florales.

### 5.3.2 Análisis FODA

Este análisis permite tener una idea general del proyecto en el mercado presente, utiliza los aspectos positivos como ventaja y toma en cuenta los negativos para tratar de disminuirlos en el tiempo, con la aplicación de estrategia adecuadas.

#### **Factor Interno**

##### ✓ **Fortalezas**

- Producto de buena calidad.
- Nuestras flores no producen alergias como las flores naturales.
- Nuestro producto no afecta la salud del ser humano, ni el medio ambiente.
- Buena campaña publicitaria (carteles, prensa escrita, hojas volantes, etc.)
- Preferencia por parte de los clientes debido a los beneficios que obtendrán de estas flores y plantas artificiales.
- Precios accesibles al cliente
- Excelente atención al cliente.

##### ✓ **Debilidades**

- Inconformidad laboral.
- Poca experiencia en el mercado
- Poco control de estándares de calidad

#### **Factor Externo**

##### ✓ **Oportunidades**

- Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados.
- Actualmente las personas se están inclinando a usar y decorar con flores y plantas sintéticas.
- No existe en el mercado actual la venta de plantas sintéticas.
- Libre competitividad.



## ✓ Amenazas

- La inestabilidad política del país que ha originado muchos problemas en la economía
- Los competidores de productos similares representan una amenaza para nosotros ya que poseen participación en el mercado.
- Desconocimiento del producto por parte de los consumidores.
- Vendedores informales de estas flores.
- Desastres naturales.

### 5.3.3 Segmentación del Mercado y Composición del Mercado

Para la realización de la segmentación y composición del mercado se han determinado cuatro factores de gran relevancia que influyen en la composición y comportamiento de los mercados.

#### 1. Aspecto Demográfico:

- edad: 18 a 50 años
- sexo: masculino y femenino

#### 2. Aspecto Geográfico:

- País: Ecuador
- Provincia: Guayas
- Cantón Milagro (sin embargo pasarían hacer clientes personas que estén cerca del perímetro urbano).

#### 3. Aspecto social:

- Clase social: nuestros clientes corresponden a las clases medias bajas, medias y altas.

#### 4. Aspecto económico: Personas con ingresos promedios de \$300 en adelante.

### 5.3.4 Marketing Mix

#### ***Las “P” de Marketing***

1. Producto
2. Plaza
3. Precio
4. Publicidad

#### **1. Descripción del Producto (Flores)**

Las flores artificiales están hechas de papel, tela, cerámica, plástico planchado o foamy, aunque en la actualidad es más común que se fabriquen en tela por ser de mayor durabilidad. Cumplen la función de reemplazar a las flores naturales en sitios donde es difícil mantener a estas flores en buen estado de conservación. También se las utiliza por razones prácticas y de comodidad.



**Figura 4.** Producto Flores

#### **Objeto de adorno, para la decoración**

Las mismas se constituyen en un delicado objeto de adorno, y se las utiliza mucho en oficinas, centros comerciales, hoteles, casas particulares, etc.

A medida que ha avanzado el tiempo, sus fabricantes las han perfeccionado a tal extremo que muchas veces son casi similares a las naturales.

#### **Novedades en su presentación**

Existe gran variedad de presentaciones las hay perfumadas, musicales, artificialmente húmedas, también las hay hechas en material plástico (aunque esta variante es la menos desarrollada), etc. Además se fabrican en forma de unidad individual, o bien en ramilletes. Nuestra florería se va a enfocar mas en las flores hechas de tela debido a que las personas las prefieren de este material según las encuestas realizadas.

## Principales fabricantes

Los países orientales son los principales fabricantes de estas flores, y han desarrollado una industria, que por poco importante que parezca, genera un voluminoso ingreso de divisas en concepto de exportaciones. China y Japón estarían entre los países que más las producen y las lanzan al mercado mundial.

## Ventajas de las flores artificiales

- No necesitan agua.
- No se pudren.
- No despiden olores desagradables.
- No les afecta la luz o el calor como a las flores naturales.
- Son más económicas a largo plazo.
- Adicionalmente son seguras para uso interno ya que no requieren control de plagas o insectos.
- No contienen sustancias químicas tóxicas.

## Recomendaciones acerca de las Flores artificiales

Tenemos algunos tips para las personas acerca de lo que representa el color de las flores, debido a que cada color tiene su significado de los cuales tenemos los siguientes colores: rojo vivo, rosa, azul, verde, amarillo y violeta, que significan:

- ✓ El **rojo vivo** habla de pasión.
- ✓ El **rosa**, de amor tranquilo.
- ✓ El **azul** es signo de ternura.
- ✓ El **verde** habla siempre de una esperanza próxima.
- ✓ El **amarillo** significa felicidad.
- ✓ El **violeta** puede hablar también de nostalgia y lejanía.







### **Presentación de Flores**

Para iniciar nuestro negocio, empezaremos vendiendo 7 tipos de flores las cuales son: Girasoles, rosas, margaritas, claveles, gladiolos, lirios y orquídeas.

A continuación se muestran las flores en sus diferentes formas y colores.

<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Girasol Amarillo	
Girasol Blanco	
Girasol Rojo y Rosa	






**Cuadro 5a.** Presentación de flores

<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Rosas blancas con fucsias	
Rosas rosadas	
Rosas anaranjadas	
Rosas amarillas	
Rosas naranja	
Rosas rojo intenso	






**Cuadro 5b.** Presentación de flores

<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Rosas azules	
Rosas en diversos colores	
Margaritas violetas	
Margaritas azuladas	
Margaritas Rosadas	

**Cuadro 5c.** Presentación de flores

<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Margaritas naranjas	
Margaritas blancas	
Margaritas amarilla	
Clavel naranja	
Clavel rojo y blanco	

**Cuadro 5d.** Presentación de flores

<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Clavel fucsia	
Gladiolos melón	
Gladiolos rosado	
Gladiolos azules	
Gladiolos lila claro	

**Cuadro 5e.** Presentación de flores



<b><u>Nombre y Color</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Lirios fucsias y blancos con amarillos	
Lirios Morados	
Orquídea en dos colores naranja con amarillo	
Orquídea rosado profundo	
Orquídea amarilla	

**Cuadro 5f.** Presentación de flores

## ARREGLOS FLORALES

<u>Nombre</u>	<u>Presentación</u>
Arreglo de rosas rojas y gladiolos	
Arreglo de rosas blancas, naranja y orquídeas con lirios	
Arreglo de rosas, claveles y lirios	
Arreglo floral alargado	

**Cuadro 6a.** Presentación de arreglos florales

<u>Nombre</u>	<u>Presentación</u>
Bouquet de rosas rojas	
Bouquet variado en tonos suaves	
Bouquet naranja y blanco	
Ramo de rosas	
Ramo de rosas blancas	
Ramo de orquídeas rosas	

**Cuadro 6b.** Presentación de arreglos florales

## **Descripción del Producto (Plantas)**

### **Atributos estéticos de las plantas**

#### **Tamaño**

Hay de todos los tamaños, desde los pocos centímetros de plantas almohadilladas hasta árboles de decenas de metros.

#### **Forma**

Formas columnar, ovoidal, cónica, redondeada, extendida, pendular, irregular, palmiforme.



**Figura 5** Producto Plantas

#### **Hoja**

- Hoja perenne, caduca, semicaduca
- Color de la hoja: tonos de verde, púrpura, rojo, amarillo y vareadas (manchadas en blanco, amarillo, etc.).
- Su tamaño (hay hojas grandes, pequeñas)
- Hojas anchas o estrechas
- Hojas simples o compuestas, dentadas, lobuladas, plumosas.





### **Ventajas de las Plantas artificiales**

- Es un producto perenne (dura como mínimo unos 5 años en perfecto estado de conservación).
- Es ideal para sitios de trabajo, restaurantes, stands, centros comerciales.
- Las Plantas Artificiales escapan al fenómeno "subida y bajada" de precios por temporadas.
- No necesitan de agua.
- No contienen plagas ni insectos.
- Existen diferentes medidas para adaptarse a las necesidades del cliente.

## PRESENTACION DE PLANTAS

<u>Nombre</u>	<u>Presentación</u>
Palmera	
Palmera	
Palmera	

**Cuadro 7a.** Presentación de plantas

<b><u>Nombre</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Plantas de Girasol	
Planta de Girasol	
Cactus	
Cactus	

**Cuadro 7b.** Presentación de plantas

<b><u>Nombre</u></b>	<b><u>Presentación</u></b>
Plantas trepadoras	
Helechos	
Helechos	
Planta de Orquídea	
Plantas de Orquídea	

**Cuadro 7c.** Presentación de plantas

## 2. Plaza (Canales de Distribución)

- ✓ **Distribuidor Minorista:** Distribución de nuestro producto en las principales ciudades del país.
- ✓ **Servicio directo a los consumidores:** Son las ventas directas que se realizan en nuestro establecimiento.
- ✓ **Directo al consumidor:** Contaremos con vendedores de puerta a puerta, especializados en el producto, para así llegar directamente al consumidor final.
- ✓ **Comerciales de venta directa:** Distribución de nuestro producto a los supermercados de la ciudad y en las que se suele vender este tipo de producto. Nuestra empresa contara con una línea de transporte por camioneta para el envío de grandes pedidos a domicilio entre proveedores y cliente, con facturación simple.

## 3. Precio

Presentaciones	Valor
Orquídeas	0.55
Rosas	0.45
Girasoles	0.95
Margaritas	0.55
Gladiolos	0.55
Claveles	0.55
Lirios	0.95
Palmeras	17.50
Cactus	14.00
Planta de Girasol	16.00
Planta de Orquídea	15.00
Trepadoras o enredaderas	15.00
Helechos	12.00
Arreglo 1	16.50
Arreglo 2	18.60
Arreglo 3	17.40



Arreglo 4	18.60
Bouquet 1	20.00
Bouquet 2	20.00
Bouquet 3	18.60
Ramo 1	14.50
Ramo 2	15.50
Ramo 3	16.60

**Cuadro 8.** Precio del Producto

#### 4. Publicidad

La publicidad es muy importante para toda empresa, ya que ayudan a conocer el producto o servicio que brinda la misma. Nuestro producto se dará a conocer a través de los siguientes medios:

Prensa Escrita (Periódicos y hojas volantes)  
Radio.



**Figura 6.** Publicidad

Se realizaran las siguientes actividades de Marketing, el mismo que nos permitirá captar clientes, entre las cuales tenemos:

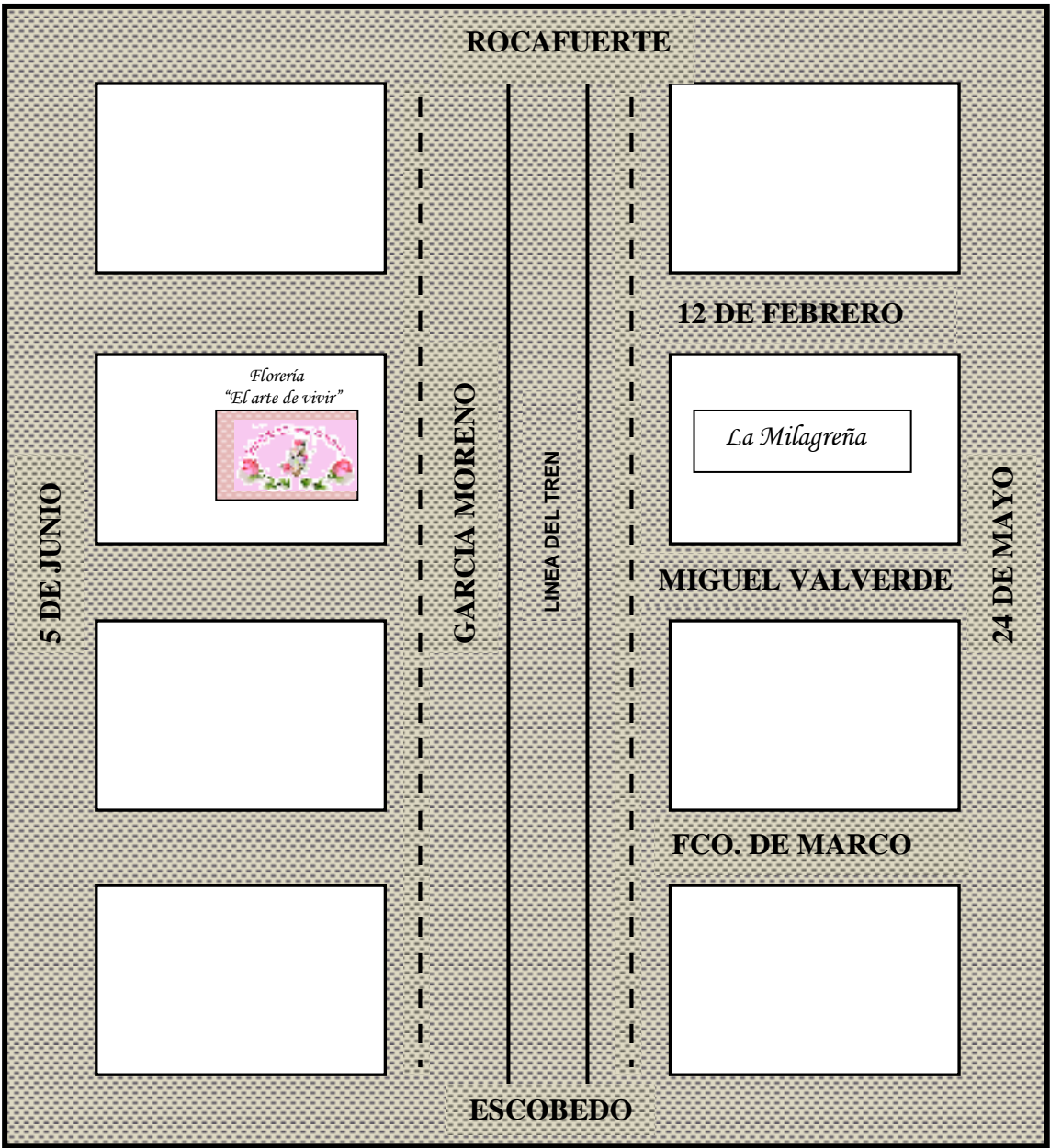
- ✓ Los vendedores entregaran volantes a las afueras del establecimiento para dar a conocer los beneficios que ofrece nuestro producto.
- ✓ Los primeros días después de la inauguración se enseñaran a realizar arreglos florales y como dar un ambiente agradable a su hogar.
- ✓ Se otorgarán descuentos hasta el 50% las primeras dos semanas.

#### 5.4. Especificaciones del Proyecto

##### 5.4.1 Localización y Tamaño

La Florería estará ubicada en el centro de la ciudad, en las calles García Moreno entre 12 de Febrero y Miguel Valverde, en un local de 8mts x 6mts cuadrados, todas

las calles en su alrededor se encuentra pavimentadas y en perfecto estado, lo que facilita la transportación del producto y las visitas de nuestros clientes a nuestro establecimiento, el cual se encuentra frente al Centro Comercial “La Milagreña”. Dentro de la fundamentación de nuestro proyecto tenemos la misión, visión y valores corporativos, con el claro fin de proyectarnos como una empresa emprendedora con espíritu de buen servicio a la comunidad milagreña.



**Cuadro 9.** Ubicación de la Empresa

#### 5.4.2 Distribución de Maquinarias y Equipos

A continuación se detallaran los Activos Fijos que se utilizara para el buen funcionamiento de la Empresa.

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono con línea	1	200	200
Telefax	1	150	150
Maquina calculadora	2	50	100
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>450</b>

EQUIPOS DE COMPUTACION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	3	850	2550
Impresora	2	120	240
Software Contable	1	800	800
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			<b>3,590</b>

VEHICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo Camioneta	1	17,000	17,000
<b>TOTAL VEHICULO</b>			<b>17,000</b>

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	3	180	540
Sillas giratorias	3	50	150
Archivador	2	100	200
Aire acondicionado	1	750	750
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1,640</b>

GASTOS DE CONTITUCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	1		1,000
<b>TOTAL GASTO DE CONSTITUCION</b>			<b>1,000</b>

<b>TOTAL INVERSION</b> ➡	<b>23,680</b>
--------------------------	---------------

**Cuadro 10.** Distribución de Maquinarias y Equipos

## DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

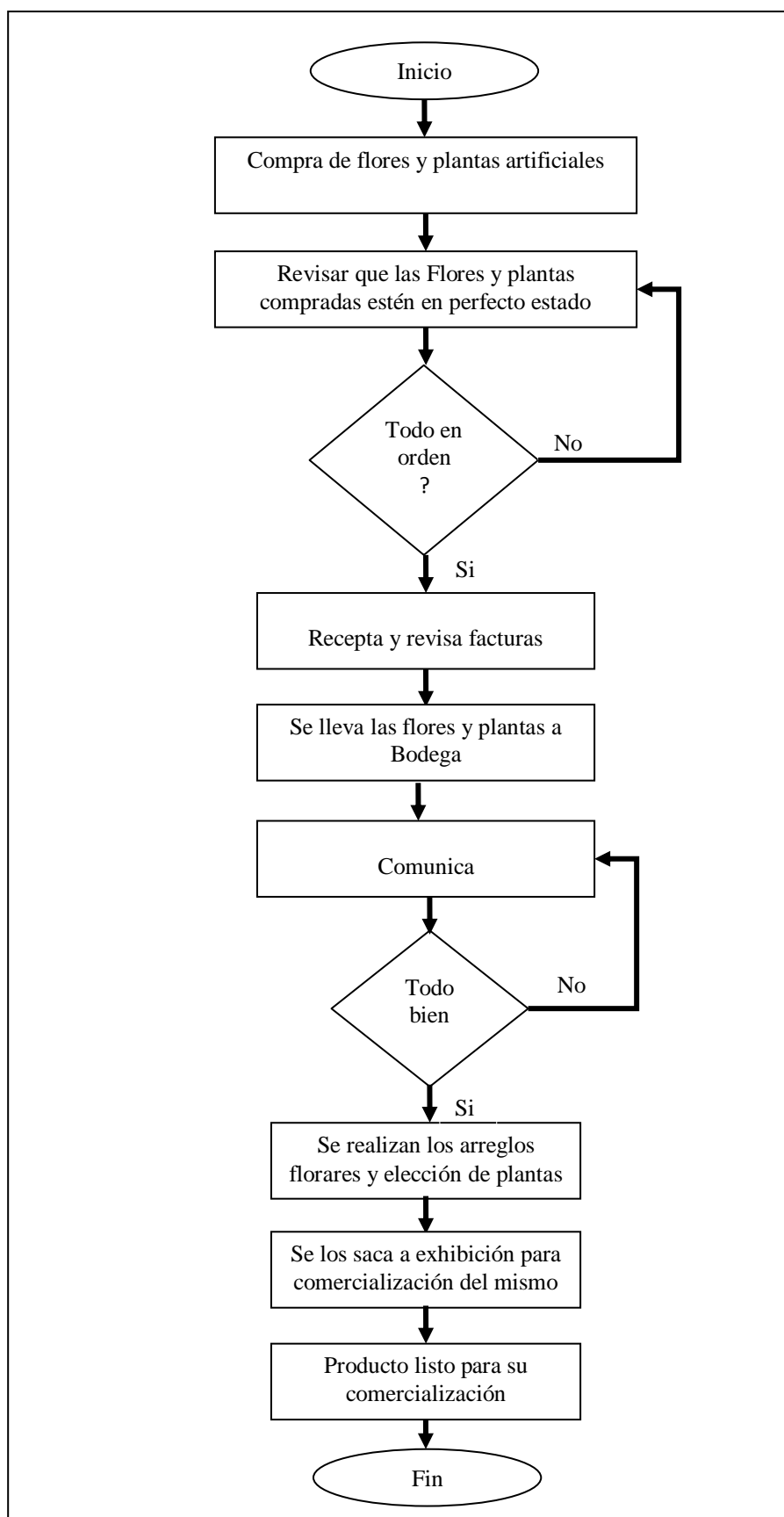
La Depreciación de los Activos fijo se la determina por el método de línea recta.

ELEMENTOS	VIDA UTIL años	VALOR	VALOR RESIDUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Equipo de Oficina	10	450	45	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Equipo de Computacion	3	3,590	359	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316	1,316
Vehiculo	5	17,000	1,700	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740	3,740
Muebles y Enseres	10	1,640	164	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Gasto de Constitucion	10	1,000		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>TOTAL</b>		23,680	2,268	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386
<b>TOTALES</b>		23,680	2,268	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386	5,386

**Cuadro 11.** Depreciación de Activos Fijos

### 5.4.3 Procedimiento

El procedimiento para la comercialización y distribución de Flores y plantas artificiales es; Primero el gerente Comercial se comunica con el Proveedor para la adquisición de estas flores y plantas, luego realiza la compra de las mismas, revisa que el producto comprado este en perfecto estado y de acuerdo a nuestros requerimientos, ya que todo está bien, recepta y revisa facturas, se lleva las flores y plantas a bodega, luego se comunica con el gerente financiero para revisar que todo esté en orden y listo para comenzar a realizar los arreglos florales y elección de plantas para ponerlos a exhibición para su comercialización y distribución.



**Cuadro 12.** Procedimiento para la comercialización y distribución de flores y plantas

## 5.5. SITUACION FINANCIERA ESTIMADA

### 5.5.1 Inversión

La inversión son los gastos para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento del negocio. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice.

Para el buen funcionamiento de la empresa se necesita hacer una inversión de los activos fijos a utilizarse detallados a continuación:

#### INVERSION INICIAL

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono con línea	1	200	200
Telefax	1	150	150
Maquina calculadora	2	50	100
Computadora	3	850	2550
Impresora	2	120	240
Software Contable	1	800	800
Vehículo Camioneta	1	17,000	17,000
Escritorios	3	180	540
Sillas giratorias	3	50	150
Archivador	2	100	200
Aire acondicionado	1	750	750
Gastos de constitución	1		1,000
<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>23,680</b>

**Cuadro 13.** Inversión Inicial

### 5.5.2 Financiamiento

Es la aportación del dinero necesario para nuestro negocio.

El financiamiento de nuestro negocio se basa a las aportaciones de los socios, es decir a nuestro capital aportado, y a un préstamo bancario para poder sustentar el total de la inversión. A continuación se muestra los detalles de nuestro financiamiento:

## DETALLE DEL APORTE DE LOS ACCIONISTAS

N° Socios	APORTE	N° ACCIONES	TOTAL
1	50%	500	7,104.00
2	50%	500	7,104.00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1,000</b>	<b>14,208.00</b>

**Cuadro 14.** Aportación de los accionistas

CAPITAL APORTADO	14,208.00
TOTAL DE ACCIONES	1,000
VALOR UNIT. POR ACCION	14.21

## FINANCIAMIENTO

<u>DETALLE</u>	<u>PORCENTAJE</u>	<u>VALOR</u>
Capital Propio (Inversionistas)	60%	\$ 14,208
Préstamo Bancario	40%	\$ 9,472
<b>Total Inversión</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 23,680</b>

**Cuadro 15.** Financiamiento

### 5.5.3 Préstamo

Por lo general, los préstamos están regulados por una serie de condiciones que establecen, entre otros, el plazo de devolución y los tipos de interés. Cualquier persona puede conceder o solicitar un préstamo.

Los préstamos pueden tomar diversas formas. Muchas empresas se financian con préstamos a largo plazo o emitiendo acciones que, de algún modo, representan un préstamo que conceden los accionistas.

Para poder sustentar la inversión de nuestro negocio se ha requerido de un Préstamo al Banco del Pacifico el monto de \$ 9,472 con una tasa de interés del 19%. A continuación se detalla:

Monto del Préstamo	\$ 9,472
Interés	19%
Plazo	4 años
N° de Pagos	8
Modo de Pago	Semestral

**Cuadro 16.** Préstamo

#### TABLA DE AMORTIZACION

Nº de Pagos	Dividendo	Capital	Interes	Saldo
				9,472
1	2,084	1,184	900	8,288
2	2,004	1,184	820	7,104
3	1,916	1,184	732	5,920
4	1,820	1,184	636	4,736
5	1,715	1,184	531	3,552
6	1,600	1,184	416	2,368
7	1,473	1,184	289	1,184
8	1,335	1,184	151	0
	13,946	9,472	4,474	

**Cuadro 17.** Tabla de amortización

	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
<b>Año 1</b>	2,368	1,720
<b>Año 2</b>	2,368	1,368
<b>Año 3</b>	2,368	946
<b>Año 4</b>	2,368	441
	9,472	4,474

#### 5.5.4 Presupuesto de Venta

Nuestro Presupuesto de Ventas está enfocado a las ventas de flores, plantas y arreglos florales para saber la rentabilidad de nuestro negocio en ello se muestra el precio unitario, unidades físicas mensuales y unidades monetarias anuales. A continuación se detalla el presupuesto de ventas:



**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 1**

DESCRIPCION		MENSUAL	AÑO 1	
Flores	P.U.	U.F	U.F	U.M
Orquídeas	0.55	182	2189	\$1,203.84
Rosas	0.45	317	3802	\$1,710.72
Girasoles	0.95	58	691	\$656.64
Margaritas	0.55	67	806	\$443.52
Gladiolos	0.55	182	2189	\$1,203.84
Clavel	0.55	48	576	\$316.80
Lirios	0.95	106	1267	\$1,203.84
<b>Total de Flores al mes</b>		<b>960</b>		
<b>Plantas</b>				
Palmeras	17.50	44	528	\$9,240.00
Cactus	14.00	28	336	\$4,704.00
Planta de Girasol	16.00	40	480	\$7,680.00
Planta de Orquídea	15.00	36	432	\$6,480.00
Trepadoras o enredaderas	15.00	32	384	\$5,760.00
Helechos	12.00	20	240	\$2,880.00
<b>Total de Plantas al mes</b>		<b>200</b>		
<b>Arreglos Florales</b>				
Arreglo 1	16.50	10	120	\$1,980.00
Arreglo 2	18.60	10	120	\$2,232.00
Arreglo 3	17.40	10	120	\$2,088.00
Arreglo 4	18.60	10	120	\$2,232.00
Bouquet 1	20.00	10	120	\$2,400.00
Bouquet 2	20.00	10	120	\$2,400.00
Bouquet 3	18.60	10	120	\$2,232.00
Ramo 1	14.50	10	120	\$1,740.00
Ramo 2	15.50	10	120	\$1,860.00
Ramo 3	16.60	10	120	\$1,992.00
<b>TOTALES</b>		<b>100</b>		<b>\$64,639.20</b>

**Cuadro 18a.** Presupuesto de ventas año 1.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 2**

DESCRIPCION	AÑO 2		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.59	\$2,210.69	1,313
Rosas	\$0.49	\$3,839.62	1,866
Girasoles	\$1.03	\$698.11	716
Margaritas	0.594	814.464	484
Gladiolos	0.594	2210.688	1,313
Clavel	0.594	\$581.76	346
Lirios	1.026	\$1,279.87	\$1,313.15
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	18.9	533.28	10078.992
Cactus	15.12	339.36	5131.1232
Planta de Girasol	17.28	484.8	8377.344
Planta de Orquídea	16.2	436.32	7068.384
Trepadoras o enredaderas	\$16.20	387.84	\$6,283.01
Helechos	\$12.96	\$242.40	\$3,141.50
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	17.82	121.2	2159.784
Arreglo 2	\$20.09	121.2	\$2,434.67
Arreglo 3	18.792	121.2	\$2,277.59
Arreglo 4	\$20.09	\$121.20	\$2,434.67
Bouquet 1	\$21.60	121.2	\$2,617.92
Bouquet 2	21.6	121.2	2617.92
Bouquet 3	20.088	121.2	2434.6656
Ramo 1	15.66	121.2	1897.992
Ramo 2	16.74	121.2	2028.888
Ramo 3	17.928	121.2	2172.8736
<b>TOTALES</b>			<b>70508.439</b>

**Cuadro 18b.** Presupuesto de ventas año 2.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 3**

DESCRIPCION	AÑO 3		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.64	2233	\$1,432.38
Rosas	\$0.52	3878	\$2,035.49
Girasoles	\$1.11	705	\$781.30
Margaritas	\$0.64	823	\$527.72
Gladiolos	\$0.64	2233	\$1,432.38
Clavel	\$0.64	588	\$376.94
Lirios	\$1.11	1293	\$1,432.38
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$20.41	539	\$10,994.16
Cactus	\$16.33	343	\$5,597.03
Planta de Girasol	\$18.66	490	\$9,138.01
Planta de Orquídea	\$17.50	441	\$7,710.19
Trepadoras o enredaderas	\$17.50	392	\$6,853.51
Helechos	\$14.00	245	\$3,426.75
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$19.25	122	\$2,355.89
Arreglo 2	\$21.70	122	\$2,655.73
Arreglo 3	\$20.30	122	\$2,484.40
Arreglo 4	\$21.70	122	\$2,655.73
Bouquet 1	\$23.33	122	\$2,855.63
Bouquet 2	\$23.33	122	\$2,855.63
Bouquet 3	\$21.70	122	\$2,655.73
Ramo 1	\$16.91	122	\$2,070.33
Ramo 2	\$18.08	122	\$2,213.11
Ramo 3	\$19.36	122	\$2,370.17
<b>TOTALES</b>			<b>\$76,910.61</b>

**Cuadro 18c.** Presupuesto de ventas año 3.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 4**

DESCRIPCION	AÑO 4		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.69	2255	\$1,562.44
Rosas	\$0.57	3917	\$2,220.31
Girasoles	\$1.20	712	\$852.24
Margaritas	\$0.69	831	\$575.64
Gladiolos	\$0.69	2255	\$1,562.44
Clavel	\$0.69	593	\$411.17
Lirios	\$1.20	1306	\$1,562.44
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$22.04	544	\$11,992.43
Cactus	\$17.64	346	\$6,105.24
Planta de Girasol	\$20.16	495	\$9,967.74
Planta de Orquídea	\$18.90	445	\$8,410.28
Trepadoras o enredaderas	\$18.90	396	\$7,475.80
Helechos	\$15.12	247	\$3,737.90
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$20.79	124	\$2,569.81
Arreglo 2	\$23.43	124	\$2,896.87
Arreglo 3	\$21.92	124	\$2,709.98
Arreglo 4	\$23.43	124	\$2,896.87
Bouquet 1	\$25.19	124	\$3,114.92
Bouquet 2	\$25.19	124	\$3,114.92
Bouquet 3	\$23.43	124	\$2,896.87
Ramo 1	\$18.27	124	\$2,258.32
Ramo 2	\$19.53	124	\$2,414.06
Ramo 3	\$20.91	124	\$2,585.38
<b>TOTALES</b>			<b>\$83,894.09</b>

**Cuadro 18d.** Presupuesto de ventas año 4.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 5**

DESCRIPCION	AÑO 5		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.75	2278	\$1,704.31
Rosas	\$0.61	3956	\$2,421.92
Girasoles	\$1.29	719	\$929.63
Margaritas	\$0.75	839	\$627.90
Gladiolos	\$0.75	2278	\$1,704.31
Clavel	\$0.75	599	\$448.50
Lirios	\$1.29	1319	\$1,704.31
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$23.81	549	\$13,081.35
Cactus	\$19.05	350	\$6,659.60
Planta de Girasol	\$21.77	499	\$10,872.81
Planta de Orquídea	\$20.41	450	\$9,173.93
Trepadoras o enredaderas	\$20.41	400	\$8,154.61
Helechos	\$16.33	250	\$4,077.30
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$22.45	125	\$2,803.15
Arreglo 2	\$25.31	125	\$3,159.91
Arreglo 3	\$23.67	125	\$2,956.04
Arreglo 4	\$25.31	125	\$3,159.91
Bouquet 1	\$27.21	125	\$3,397.75
Bouquet 2	\$27.21	125	\$3,397.75
Bouquet 3	\$25.31	125	\$3,159.91
Ramo 1	\$19.73	125	\$2,463.37
Ramo 2	\$21.09	125	\$2,633.26
Ramo 3	\$22.58	125	\$2,820.13
<b>TOTALES</b>			<b>\$91,511.67</b>

**Cuadro 18e.** Presupuesto de ventas año 5.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 6**

DESCRIPCION	AÑO 6		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.81	2300	\$1,859.06
Rosas	\$0.66	3996	\$2,641.83
Girasoles	\$1.40	726	\$1,014.04
Margaritas	\$0.81	848	\$684.92
Gladiolos	\$0.81	2300	\$1,859.06
Clavel	\$0.81	605	\$489.23
Lirios	\$1.40	1332	\$1,859.06
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$25.71	555	\$14,269.13
Cactus	\$20.57	353	\$7,264.29
Planta de Girasol	\$23.51	504	\$11,860.06
Planta de Orquídea	\$22.04	454	\$10,006.93
Trepadoras o enredaderas	\$22.04	404	\$8,895.04
Helechos	\$17.63	252	\$4,447.52
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$24.24	126	\$3,057.67
Arreglo 2	\$27.33	126	\$3,446.83
Arreglo 3	\$25.57	126	\$3,224.45
Arreglo 4	\$27.33	126	\$3,446.83
Bouquet 1	\$29.39	126	\$3,706.27
Bouquet 2	\$29.39	126	\$3,706.27
Bouquet 3	\$27.33	126	\$3,446.83
Ramo 1	\$21.31	126	\$2,687.04
Ramo 2	\$22.77	126	\$2,872.36
Ramo 3	\$24.39	126	\$3,076.20
<b>TOTALES</b>			<b>\$99,820.93</b>

**Cuadro 18f.** Presupuesto de ventas año 6.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 7**

DESCRIPCION	AÑO 7		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.87	2323	\$2,027.87
Rosas	\$0.71	4035	\$2,881.71
Girasoles	\$1.51	734	\$1,106.11
Margaritas	\$0.87	856	\$747.11
Gladiolos	\$0.87	2323	\$2,027.87
Clavel	\$0.87	611	\$533.65
Lirios	\$1.51	1345	\$2,027.87
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$27.77	560	\$15,564.77
Cactus	\$22.22	357	\$7,923.88
Planta de Girasol	\$25.39	510	\$12,936.95
Planta de Orquídea	\$23.80	459	\$10,915.55
Trepadoras o enredaderas	\$23.80	408	\$9,702.71
Helechos	\$19.04	255	\$4,851.36
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$26.18	127	\$3,335.31
Arreglo 2	\$29.52	127	\$3,759.80
Arreglo 3	\$27.61	127	\$3,517.23
Arreglo 4	\$29.52	127	\$3,759.80
Bouquet 1	\$31.74	127	\$4,042.80
Bouquet 2	\$31.74	127	\$4,042.80
Bouquet 3	\$29.52	127	\$3,759.80
Ramo 1	\$23.01	127	\$2,931.03
Ramo 2	\$24.60	127	\$3,133.17
Ramo 3	\$26.34	127	\$3,355.52
<b>TOTALES</b>			<b>\$108,884.67</b>

**Cuadro 18g.** Presupuesto de ventas año 7.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**

**AÑO 8**

DESCRIPCION	AÑO 8		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$0.94	2347	\$2,212.00
Rosas	\$0.77	4076	\$3,143.37
Girasoles	\$1.63	741	\$1,206.54
Margaritas	\$0.94	865	\$814.95
Gladiolos	\$0.94	2347	\$2,212.00
Clavel	\$0.94	618	\$582.10
Lirios	\$1.63	1359	\$2,212.00
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$29.99	566	\$16,978.05
Cactus	\$23.99	360	\$8,643.37
Planta de Girasol	\$27.42	515	\$14,111.63
Planta de Orquídea	\$25.71	463	\$11,906.69
Trepadoras o enredaderas	\$25.71	412	\$10,583.72
Helechos	\$20.57	257	\$5,291.86
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$28.28	129	\$3,638.15
Arreglo 2	\$31.88	129	\$4,101.19
Arreglo 3	\$29.82	129	\$3,836.60
Arreglo 4	\$31.88	129	\$4,101.19
Bouquet 1	\$34.28	129	\$4,409.88
Bouquet 2	\$34.28	129	\$4,409.88
Bouquet 3	\$31.88	129	\$4,101.19
Ramo 1	\$24.85	129	\$3,197.17
Ramo 2	\$26.56	129	\$3,417.66
Ramo 3	\$28.45	129	\$3,660.20
<b>TOTALES</b>			<b>\$118,771.40</b>

**Cuadro 18h.** Presupuesto de ventas año 8.



**PRESUPUESTO DE VENTAS**

**AÑO 9**

DESCRIPCION	AÑO 9		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$1.02	2370	\$2,412.85
Rosas	\$0.83	4117	\$3,428.78
Girasoles	\$1.76	748	\$1,316.10
Margaritas	\$1.02	873	\$888.94
Gladiolos	\$1.02	2370	\$2,412.85
Clavel	\$1.02	624	\$634.96
Lirios	\$1.76	1372	\$2,412.85
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$32.39	572	\$18,519.66
Cactus	\$25.91	364	\$9,428.19
Planta de Girasol	\$29.61	520	\$15,392.96
Planta de Orquídea	\$27.76	468	\$12,987.81
Trepadoras o enredaderas	\$27.76	416	\$11,544.72
Helechos	\$22.21	260	\$5,772.36
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$30.54	130	\$3,968.50
Arreglo 2	\$34.43	130	\$4,473.58
Arreglo 3	\$32.21	130	\$4,184.96
Arreglo 4	\$34.43	130	\$4,473.58
Bouquet 1	\$37.02	130	\$4,810.30
Bouquet 2	\$37.02	130	\$4,810.30
Bouquet 3	\$34.43	130	\$4,473.58
Ramo 1	\$26.84	130	\$3,487.47
Ramo 2	\$28.69	130	\$3,727.98
Ramo 3	\$30.73	130	\$3,992.55
<b>TOTALES</b>			<b>\$129,555.84</b>

**Cuadro 18i.** Presupuesto de ventas año 9.

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**AÑO 10**

DESCRIPCION	AÑO 10		
Flores	P.U.	U.F	U.M
Orquídeas	\$1.10	2394	\$2,631.93
Rosas	\$0.90	4158	\$3,740.12
Girasoles	\$1.90	756	\$1,435.60
Margaritas	\$1.10	882	\$969.66
Gladiolos	\$1.10	2394	\$2,631.93
Clavel	\$1.10	630	\$692.61
Lirios	\$1.90	1386	\$2,631.93
<b>Total de Flores al mes</b>			
Plantas			
Palmeras	\$34.98	577	\$20,201.24
Cactus	\$27.99	367	\$10,284.27
Planta de Girasol	\$31.98	525	\$16,790.65
Planta de Orquídea	\$29.99	472	\$14,167.11
Trepadoras o enredaderas	\$29.99	420	\$12,592.98
Helechos	\$23.99	262	\$6,296.49
<b>Total de Plantas al mes</b>			
Arreglos Florales			
Arreglo 1	\$32.98	131	\$4,328.84
Arreglo 2	\$37.18	131	\$4,879.78
Arreglo 3	\$34.78	131	\$4,564.96
Arreglo 4	\$37.18	131	\$4,879.78
Bouquet 1	\$39.98	131	\$5,247.08
Bouquet 2	\$39.98	131	\$5,247.08
Bouquet 3	\$37.18	131	\$4,879.78
Ramo 1	\$28.99	131	\$3,804.13
Ramo 2	\$30.98	131	\$4,066.48
Ramo 3	\$33.18	131	\$4,355.07
<b>TOTALES</b>			<b>\$141,319.51</b>

**Cuadro 18j.** Presupuesto de ventas año 10.

## 5.6. Flujo de Caja

El Estado de Flujo de Caja es un requerimiento que presenta los ingresos y los pagos en efectivo de una entidad durante un periodo determinado. A continuación mostramos el siguiente Flujo de Caja proyectado a diez años para la Florería Artificial.

RUBROS		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
A	<b>FLUJO DE CAJA</b>											
	<b>Ingresos</b>											
	Ingreso en Efectivo		64,639.20	70,508.44	76,910.61	83,894.09	91,511.67	99,820.93	108,884.67	118,771.40	129,555.84	141,319.51
	Aportacion de Socios	14,208										
B	Financiamiento Bancarios	9,472										
	<b>TOTAL DE INGRESO</b>	\$23,680	64,639.20	70,508.44	76,910.61	83,894.09	91,511.67	99,820.93	108,884.67	118,771.40	129,555.84	141,319.51
	<b>Egresos</b>											
	Inversion Inicial	23,680										
B	Costos Generales		8,953	9,669	10,443	11,278	12,181	13,155	14,208	15,344	16,572	17,897
	Compra de Materia Prima		18,192	19,647	21,219	22,916	24,750	26,730	28,868	31,177	33,672	36,365
	Gastos Administrativos-Ventas		33,191	35,416	37,818	40,413	43,215	46,241	49,509	53,039	56,851	60,969
	Pagos de Capital L/p		2,368	2,368	2,368	2,368	0					
B	Pagos de Intereses L/p		1,720	1,368	946	441	0					
	<b>TOTAL DE EGRESO</b>	23,680	64,424	68,468	72,794	77,416	80,145	86,126	92,585	99,561	107,095	115,231
	<b>FLUJO NETO</b>	0	215	2,040	4,117	6,478	11,367	13,695	16,300	19,211	22,461	26,088
		-14,208	215	2,040	4,117	6,478	11,367	13,695	16,300	19,211	22,461	26,088

**Cuadro 19.** Flujo de Caja.

**VAN=** 21,548.22  
**TIR=** 38%  
**Tasa Desc.** 19%

### 5.6.1 Análisis de Rentabilidad

Según los resultados del flujo de Caja hemos analizado la rentabilidad del proyecto, teniendo así un VAN operativo mayor a 0 de \$21,548.22 con una TIR del 38% que es superior a la tasa de descuento, demostrando que el proyecto si es viable de emprender.

### 5.6.2 VAN – TIR

#### VAN DEL NEGOCIO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujo Operativo	-14,208	215	2,040	4,117	6,478	11,367	13,695	16,300	19,211	22,461	26,088

Tasa de Descuento = 19%

**VAN = 21,548.22**

Criterio de decisión VAN > 0 PROYECTO ACEPTADO
--

#### TIR DEL NEGOCIO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujo Operativo	-14,208	215	2,040	4,117	6,478	11,367	13,695	16,300	19,211	22,461	26,088

**TIR = 38%**

TIR > Tasa de Descuento PROYECTO RENTABLE
---

**Cuadro 20.** VAN Y TIR.

## 5.7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

### 5.7.1 Conclusión

El Presente Proyecto cuenta con proyecciones muy definidas, no sólo para tener beneficios para sí mismo (accionistas), sino también para generar fuentes de trabajo con beneficios positivos para los consumidores, uno de los beneficios seria:

Ayudar ahorrar tiempo, debido a que en la actualidad la mayor parte de personas no cuenta con tiempo disponible para cuidar de plantas y flores, ya que el cuidar plantas requiere de paciencia y control, si no se tiene el cuidado necesario las flores naturales pueden causar en algunas personas asma y alergia debido al polen que contienen. Lo mismo sucede con las plantas ya que estas expulsan por la noche monóxidos de carbono, cuya fórmula química es altamente tóxica, que puede causar la muerte cuando se respira en niveles elevados, por eso no es recomendable tener una planta natural en una habitación o dentro de una casa.

Es por esto que la demanda de flores y plantas artificiales está en constante crecimiento, y cada vez están siendo mejoradas y perfeccionas.

Florería Artificial “El arte de vivir” cuenta con una estructura organizacional bien distribuida para cubrir todas las funciones y metas que desea alcanzar la empresa, el personal que la integra está altamente capacitado para desempeñar cada función asignada, por lo cual la empresa, cuenta con la eficiencia y eficacia para cumplir sus objetivos.

La empresa está enfocada a comercializar y distribuir flores y plantas artificiales a la comunidad milagreña y a todas las personas con la necesidad de adquirirlas ya sea para los hogares, oficinas, centros recreativos, restaurantes, hoteles, etc. Nuestra finalidad es, de ofrecer un producto confiable, al alcance del consumidor, que brinde ambientes seguros y agradables que perduren todo el tiempo.

Tenemos como resultado de los movimientos financieros que la empresa obtiene una excelente utilidad gracias a las inversiones realizadas, que se encuentran muy bien distribuidas, ya que como resultado de ello y con el préstamo bancario se cubren todas las necesidades esperadas y se obtienen grandes beneficios.

Este proyecto tiene grandes oportunidades que beneficiará y contribuirá al crecimiento del mercado local.

### **5.7.2 Recomendaciones**

Para el buen desenvolvimiento de la empresa proponemos las siguientes recomendaciones:

- ❖ Es importante tener negociaciones con los proveedores, a fin de evitar desabastecimiento, y así evitar inconvenientes para satisfacer las demandas de los clientes.
- ❖ Establecer políticas y procedimientos para lograr una excelente administración de los recursos económicos, financieros y humanos de la Florería, los cuales ayudaran al crecimiento y mejora continua de la misma.
- ❖ Para tener una mayor captación de clientes hay que ofrecer frecuentemente promociones.
- ❖ Brindar un ambiente de trabajo acogedor, para que el personal de trabajo pueda desenvolverse de manera eficaz y solvente, esto también nos ayudara al crecimiento del negocio, pues el Recurso Humano es el recurso más importante dentro de las Empresas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **BAPTISTA LUCIO**, Pilar: *Metodología de la investigación*, Cuarta edición, Directora del Centro Anáhuac de Investigación, México 2006.
- ✓ **DICCIONARIO ENCARTA** 2009. Microsoft Corporation, 2007
- ✓ **FERNANDEZ COLLADO**, Carlos: *Metodología de la investigación*, Cuarta edición, Rector de la universidad de Celaya, México 2006.
- ✓ **HERNANDEZ SAMPIEN**, Roberto: *Metodología de la investigación*, Cuarta edición, Director del Centro de Investigación y Coordinador del Doctorado en Administración de la Universidad de Celaya, México 2006.
- ✓ **HOLGUÍN CABEZAS**, Rubén: *Elementos de Economía*, Quinta edición. Editorial Ediciones Holguín S.A.
- ✓ **MICROSOFT ENCARTA** con Biblioteca Premium 2009. Microsoft Corporation, 2007
- ✓ **SANTÓN**, William J: *Fundamentos del Marketing*, Editorial Mc Graw Hill.
- ✓ **VILLALBA AVILES**, Carlos: *Guía para la elaboración de Anteproyectos y Proyectos*, Quinta edición, Quito 2009.

## **LINCOGRAFÍA**

### **ARBOL ARTIFICIAL QUE EMPLEA BENEFICIOS**

- ✓ [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_6377000/6377267.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6377000/6377267.stm)

### **ARBOLES ARTIFICIALES Y SUS VENTAJAS PARA EL MEDIO AMBIENTE**

- ✓ <http://blog.espol.edu.ec/mafeFlor/files/2009/02/arboles-artificiales-y-el-calentamiento-global1.ppt>

### **ELABORACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACION**

- ✓ <http://www.mailxmail.com/curso-elaboracion-proyectos-investigacion>

### **FLORES ARTIFICIALES**

- ✓ [http://es.wikipedia.org/wiki/Flores\\_artificiales](http://es.wikipedia.org/wiki/Flores_artificiales)

### **FLORERIAS DEL ECUADOR**

- ✓ <http://www.enlinea.ec>

### **LAS FLORES ARTIFICIALES Y SUS PRIMEROS FABRICANTES**

- ✓ <http://www.discoveryarticles.com/es/searchPage=2&Query=artificial-flowers>

### **LAZOS ENTRE LO NATURAL Y LO ARTIFICIAL**

- ✓ [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=565003](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=565003)

### **MILAGRO**

- ✓ <http://www.recorrecuador.com/ecuador/costa/milagro>

### **PROFESOR KLAUS S. LACKNER**

- ✓ <http://www.seas.columbia.edu/earth/lacknerCV.html>

### **TENDENCIAS Y VENTAJAS DE LAS PLANTAS Y FLORES ARTIFICIALES**

- ✓ <http://www.simplementeverde.com>

### **TODO SOBRE LAS FLORES DE SEDA**

- ✓ <http://www.discoveryarticles.com/es/articles/184156/1/Why-Have-Silk-Flowers-Become-So-Popular/Page1.html>



# ANEXOS

## ANEXO 1. FORMATO DE LA ENCUESTA

### Universidad Estatal de Milagro ENCUESTA

**Objetivo:** Llegar a determinar la aceptación de nuestro producto

#### DATOS INFORMATIVOS:

Sexo:

Masculino ☐

Femenino ☐

Edad:

18 – 23 años

24 – 29 años

30 – 35 años

35 años en adelante

Sector donde vive:

Norte:

Centro:

Sur:

Otros:

#### 1. ¿Le gusta las flores y plantas?

SI ☐

NO ☐

**Nota:** Si la respuesta es positiva, continúe con la encuesta, caso contrario esta finaliza.

#### 2. Las flores que usted compra las utiliza para:

☐ Regalos

☐ Adornar la casa

☐ Otros \_\_\_\_\_

#### 3. ¿Conoce usted que las flores naturales deben ser cuidadas con precaución debido a que poseen un polen el cual puede causar alergia a los seres humanos?

SI ☐

NO ☐

#### 4. ¿Estaría dispuesto a comprar flores artificiales?

SI ☐

NO ☐

**Nota:** Si la respuesta es positiva, continúe con la encuesta, caso contrario esta finaliza.

#### 5. ¿De qué material le gusta comprar las flores artificiales?

Papel ☐

Tela ☐

Cerámica ☐

Plástico planchado ☐

Foamy ☐

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**6. ¿Por qué las prefiere de este material?**

---

---

---

**7. ¿Desearía que en Milagro exista una florería que venda una variedad de plantas y flores artificiales?**

SI ☐

NO ☐

**8. ¿Por qué estaría dispuesto a comprar estas plantas y flores artificiales?**

---

---

---

**9. ¿Qué tipo de flores prefiere desearía que se vendan en esta nueva florería?**

Orquídeas ☐

Claveles ☐

Rosas ☐

Lirios ☐

Gladiolos ☐

Otros \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué tipo de plantas desearía que se vendan en esta nueva florería?**

Palmeras ☐

Helechos ☐

Cactus ☐

Planta de Orquídeas ☐

Trepadoras ☐

Otros \_\_\_\_\_

**11. ¿Cree usted que estas plantas y flores artificiales pueden afectar la salud de las personas y el medio ambiente?**

SI ☐

NO ☐

***¡GRACIAS POR SU COLABORACION!***

## ANEXO 2. PRESUPUESTOS DE PERSONAL

### *\* Presupuesto de Personal*

Se contará con el siguiente equipo de trabajo, para lo cual tendrá un incremento del sueldo del 8% a partir del 2do año:

CONCEPTO		Sueldo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gerente Comercial	1	650	7,800	8,424	9,098	9,826	10,612	11,461	12,378	13,368	14,437	15,592
Gerente Financiero	1	650	7,800	8,424	9,098	9,826	10,612	11,461	12,378	13,368	14,437	15,592
Cajero	1	220	2,640	2,851	3,079	3,326	3,592	3,879	4,189	4,524	4,886	5,277
Vendedores	3	250	3,000	3,240	3,499	3,779	4,081	4,408	4,761	5,141	5,553	5,997
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>1,770</b>	<b>21,240</b>	<b>22,939</b>	<b>24,774</b>	<b>26,756</b>	<b>28,897</b>	<b>31,209</b>	<b>33,705</b>	<b>36,402</b>	<b>39,314</b>	<b>42,459</b>

<b>TOTAL ADMINISTRACION Y VTAS.</b>		<b>1,770</b>	<b>21,240</b>	<b>22,939</b>	<b>24,774</b>	<b>26,756</b>	<b>28,897</b>	<b>31,209</b>	<b>33,705</b>	<b>36,402</b>	<b>39,314</b>	<b>42,459</b>
-------------------------------------	--	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

### ANEXO 3. PRESUPUESTOS DE COSTOS GENERALES

#### \* Presupuestos de Costos Generales

Los materiales indirectos y costos indirectos se incrementarán un 8% desde el 2do año y se contará con lo siguiente:

#### MATERIALES INDIRECTOS

RUBROS	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Maseteros para plantas (200 und. x mes)	300.00	\$3,600.00	\$3,888.00	\$4,199.04	\$4,534.96	\$4,897.76	\$5,289.58	\$5,712.75	\$6,169.77	\$6,663.35	\$7,196.42
2 Rollo de Cintas de papel	2.60	\$31.20	\$33.70	\$36.39	\$39.30	\$42.45	\$45.84	\$49.51	\$53.47	\$57.75	\$62.37
2 Rollo de Cinta transparente	2.00	\$24.00	\$25.92	\$27.99	\$30.23	\$32.65	\$35.26	\$38.08	\$41.13	\$44.42	\$47.98
Papel plastico para envolver (30 pliegos x mes)	10.50	\$126.00	\$136.08	\$146.97	\$158.72	\$171.42	\$185.14	\$199.95	\$215.94	\$233.22	\$251.87
Canastas para arreglos florales (70 und. x mes)	70.00	\$840.00	\$907.20	\$979.78	\$1,058.16	\$1,142.81	\$1,234.24	\$1,332.97	\$1,439.61	\$1,554.78	\$1,679.16
tarjetas para dedicatorias (100und. x mes)	15.00	\$180.00	\$194.40	\$209.95	\$226.75	\$244.89	\$264.48	\$285.64	\$308.49	\$333.17	\$359.82
<b>TOTAL</b>	<b>\$400.10</b>	<b>\$4,801</b>	<b>\$5,185</b>	<b>\$5,600</b>	<b>\$6,048</b>	<b>\$6,532</b>	<b>\$7,055</b>	<b>\$7,619</b>	<b>\$8,228</b>	<b>\$8,887</b>	<b>\$9,598</b>

#### COSTOS INDIRECTOS

RUBROS	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Servicios Basicos</b>											
Agua	\$7.00	\$84.00	\$90.72	\$97.98	\$105.82	\$114.28	\$123.42	\$133.30	\$143.96	\$155.48	\$167.92
Luz	\$15.00	\$180.00	\$194.40	\$209.95	\$226.75	\$244.89	\$264.48	\$285.64	\$308.49	\$333.17	\$359.82
Telefono	\$14.00	\$168.00	\$181.44	\$195.96	\$211.63	\$228.56	\$246.85	\$266.59	\$287.92	\$310.96	\$335.83
Combustible	\$60.00	\$720.00	\$777.60	\$839.81	\$906.99	\$979.55	\$1,057.92	\$1,142.55	\$1,233.95	\$1,332.67	\$1,439.28
Alquiler de Local	\$250	\$3,000.00	\$3,240.00	\$3,499.20	\$3,779.14	\$4,081.47	\$4,407.98	\$4,760.62	\$5,141.47	\$5,552.79	\$5,997.01
<b>TOTAL</b>	<b>\$346</b>	<b>\$4,152</b>	<b>\$4,484</b>	<b>\$4,843</b>	<b>\$5,230</b>	<b>\$5,649</b>	<b>\$6,101</b>	<b>\$6,589</b>	<b>\$7,116</b>	<b>\$7,685</b>	<b>\$8,300</b>
<b>TOTAL DE COSTOS GENERALES</b>	<b>\$746</b>	<b>\$8,953</b>	<b>\$9,669</b>	<b>\$10,443</b>	<b>\$11,278</b>	<b>\$12,181</b>	<b>\$13,155</b>	<b>\$14,208</b>	<b>\$15,344</b>	<b>\$16,572</b>	<b>\$17,897</b>

## ANEXO 4. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

### \* Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas

Los siguientes rubros serán los gastos que se consumirán para la administración y comercialización del producto, los cuales se incrementan un 8% a partir del 2do año:

RUBROS	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
GASTO DE PUBLICIDAD	500	6,000	6,480	6,998	7,558	8,163	8,816	9,521	10,283	11,106	11,994
SUELDOS ADMIN. Y VENTAS		21,240	22,939	24,774	26,756	28,897	31,209	33,705	36,402	39,314	42,459
CAPACITACION AL PERSONAL		180	194	210	227	245	264	286	308	333	360
INTERMET	20	240	259	280	302	327	353	381	411	444	480
PAPELERIA	10	120	130	140	151	163	176	190	206	222	240
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23	5,286.23
AMORTIZACION DE GTO. CONST.		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
GASTOS VARIOS		25	27	29	31	34	37	40	43	46	50
<b>TOTAL</b>	<b>530</b>	<b>33,191</b>	<b>35,416</b>	<b>37,818</b>	<b>40,413</b>	<b>43,215</b>	<b>46,241</b>	<b>49,509</b>	<b>53,039</b>	<b>56,851</b>	<b>60,969</b>

## ANEXO 5. PRESUPUESTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

### \* Presupuesto de Materia Prima e insumos

Los siguientes rubros representan el material requerido para la comercialización y distribución del producto, los cuales se incrementan un 8% a partir del 2do año:

COSTO POR PRODUCTO Presentaciones	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>FLORES</b>													
Orquídeas	418	\$0.18	\$75.24	\$902.88	\$975.11	\$1,053.12	\$1,137.37	\$1,228.36	\$1,326.63	\$1,432.76	\$1,547.38	\$1,671.17	\$1,804.86
Rosas	726	\$0.09	\$65.34	\$784.08	\$846.81	\$914.55	\$987.71	\$1,066.73	\$1,152.07	\$1,244.24	\$1,343.78	\$1,451.28	\$1,567.38
Girasoles	132	\$0.36	\$47.52	\$570.24	\$615.86	\$665.13	\$718.34	\$775.81	\$837.87	\$904.90	\$977.29	\$1,055.47	\$1,139.91
Margaritas	154	\$0.18	\$27.72	\$332.64	\$359.25	\$387.99	\$419.03	\$452.55	\$488.76	\$527.86	\$570.09	\$615.69	\$664.95
Gladiolos	418	\$0.18	\$75.24	\$902.88	\$975.11	\$1,053.12	\$1,137.37	\$1,228.36	\$1,326.63	\$1,432.76	\$1,547.38	\$1,671.17	\$1,804.86
Clavel	110	\$0.18	\$19.80	\$237.60	\$256.61	\$277.14	\$299.31	\$323.25	\$349.11	\$377.04	\$407.20	\$439.78	\$474.96
Lirios	242	\$0.36	\$87.12	\$1,045.44	\$1,129.08	\$1,219.40	\$1,316.95	\$1,422.31	\$1,536.09	\$1,658.98	\$1,791.70	\$1,935.04	\$2,089.84
<b>Total</b>	<b>2200</b>		<b>\$397.98</b>										
<b>PLANTAS</b>													
Palmeras	44	7.50	\$330.00	\$3,960.00	\$4,276.80	\$4,618.94	\$4,988.46	\$5,387.54	\$5,818.54	\$6,284.02	\$6,786.74	\$7,329.68	\$7,916.06
Cactus	28	4.50	\$126.00	\$1,512.00	\$1,632.96	\$1,763.60	\$1,904.68	\$2,057.06	\$2,221.62	\$2,399.35	\$2,591.30	\$2,798.61	\$3,022.49
Planta de Girasol	40	6.60	\$264.00	\$3,168.00	\$3,421.44	\$3,695.16	\$3,990.77	\$4,310.03	\$4,654.83	\$5,027.22	\$5,429.40	\$5,863.75	\$6,332.85
Planta de Orquidea	36	5.50	\$198.00	\$2,376.00	\$2,566.08	\$2,771.37	\$2,993.08	\$3,232.52	\$3,491.12	\$3,770.41	\$4,072.05	\$4,397.81	\$4,749.63
Trepadoras o enredaderas	32	5.00	\$160.00	\$1,920.00	\$2,073.60	\$2,239.49	\$2,418.65	\$2,612.14	\$2,821.11	\$3,046.80	\$3,290.54	\$3,553.79	\$3,838.09
Helechos	20	2.00	\$40.00	\$480.00	\$518.40	\$559.87	\$604.66	\$653.03	\$705.28	\$761.70	\$822.64	\$888.45	\$959.52
<b>Total</b>	<b>200</b>		<b>\$1,118.00</b>										
<b>TOTAL DE MATERIALES</b>				\$18,191.76	\$19,647.10	\$21,218.87	\$22,916.38	\$24,749.69	\$26,729.66	\$28,868.04	\$31,177.48	\$33,671.68	\$36,365.41